

# **Sexismo na Indústria da Moda Desigualdade entre sexos no mercado de trabalho**

**Ângela Margarida do Coito Marques**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em  
**Design de Moda**  
(2º ciclo de estudos ou mestrado integrado)

Orientador: Prof. Doutora Cláudia Isabel de Sousa Pinheiro  
Coorientadora: Prof. Doutora Benilde Mendes dos Reis

**junho de 2021**



# Dedicatória

*” In order to be irreplaceable one must always be different.”*

Coco Chanel

A todos aqueles que querem fazer a diferença ao dar o melhor de si.



# **Agradecimentos**

Agradeço a todos que me apoiaram nos últimos dois anos do meu percurso académico que chega agora ao fim com esta dissertação. Aos que estiveram comigo desde o início que me apoiaram tanto nas vitórias como nas derrotas, como nos momentos de conquista e muitas vezes de exaustão e incerteza, e aos que fui conhecendo ao longo do caminho pelo seu encorajamento e compreensão.

Quero deixar um agradecimento especial às minhas orientadoras, a professora Doutora Cláudia Isabel de Sousa Pinheiro e a professora Doutora Benilde Reis, pela sua disponibilidade e paciência, pelo auxílio e orientação prestado e pelo encorajamento ao longo deste trabalho. Por último, quero deixar um agradecimento à Universidade da Beira Interior, onde comecei o meu percurso no curso de Design de Moda.



# **Resumo**

A mulher tem vindo a ser integrada ao longo da história numa sociedade predominantemente dominada e mediada pelo homem.

Nos últimos anos, a igualdade de participação das mulheres e homens tem vindo a passar por enormes progressos em todos os aspetos da sociedade. A presença expressiva de mulheres em cargos e funções no mercado de trabalho está cada vez mais diversificada e ampliada, contudo esta emancipação profissional ainda denota diversas fragilidades e desigualdades em relação às dos homens, uma vez que a igualdade laboral é ainda uma utopia, consequência do sexismo benevolente e moderno que dissimula a disparidade e o preconceito em relação às mulheres.

A presente dissertação tem como principal objetivo analisar a problemática da desigualdade entre homens e mulheres no mercado de trabalho, particularmente na indústria da moda. Neste contexto, procura-se aferir quais os fatores que levam a esta discriminação e se a mesma tem relação direta com a sua contratação, status ocupacional, salário e tempo de trabalho.

Neste contexto, e através de uma metodologia mista foi realizado um questionário a indivíduos em contexto laboral da indústria da moda de forma a apurar a consciencialização desta desigualdade e discriminação na sua universalidade, identificando as dinâmicas deste fenómeno social.

## **Palavras-chave**

Sexismo, Feminismo, Desigualdade, Indústria da Moda



# **Abstract**

Women have been integrated throughout history into a society predominantly dominated and mediated by man.

In recent years, equal participation of women and men has undergoing enormous progress in all aspects of society. The significant presence of women in positions and functions in the labor market is increasingly diversified and expanded, however, this professional emancipation still denotes several weaknesses and inequalities in relation to those of men, since employment equality is still a utopia, a consequence of the benevolent and modern sexism that disguise disparity and prejudice towards women.

The main objective of this dissertation is to analyze the problem of inequality between women and men in the labor market, particularly in the fashion industry. In this context, it seeks to assess which factors lead to this discrimination and whether it has a direct relationship with its hiring, occupational status, salary and working time.

In this context, and through a mixed methodology, a questionnaire was carried out to individuals in the fashion industry working context in order to ascertain the awareness of this inequality and discrimination in its universality, identifying the dynamics of this social phenomenon.

## **Keywords**

Sexism, Inequality Feminism, Fashion Industry



# Índice

Introdução	1
1.1. Questões de Investigação	3
1.1.1. Género e sexo	3
1.2. Justificação e relevância do tema de investigação	5
1.3. Objetivos	6
1.4. Desenho Metodológico	6
1.5. Estrutura da Dissertação	7
Capítulo 1. Papel e construção social da mulher ao longo dos anos	9
1.1. A visão sobre a mulher: perspetiva histórica, económica, política e religiosa	9
1.2. Papel histórico-social da mulher na sociedade	13
1.3. Emancipação feminina e Igualdade de Género	20
1.3.1. Feminismo e os seus ideais	20
1.3.2. Principais fases dos movimentos feministas	21
1.4. Desigualdade de Género	26
1.5. Género e o Mercado de Trabalho	29
1.6. Direitos da Mulher	34
1.7. Promoção de Igualdade	38
Capítulo 2. Sexismo na Indústria da Moda	41
2.1. O que é o sexismo?	41
2.1.1. Comportamento Sexista	45
2.2. Objetificação da mulher na indústria da moda	47
2.3. Estereótipos no mundo da moda	53
Capítulo 3. Metodologia	62
3.1. Questão Subjacente à Investigação	62
3.2. Procedimentos metodológicos	63
3.3. Resultados obtidos	67
3.4. Análise e discussão dos resultados	74

Conclusões	79
Limitações de Estudo e Investigações futuras	82
Referências Bibliográficas	84
Anexo I	93

# Lista de Figuras

- Figura 1\_ Obra de Luis de Morales, “A virgem e o menino”, c.1565
- Figura 2\_ Obra de Tiziano Vecellio, “Adão e Eva”, c.1550
- Figura 3\_ Sufragete Emmeline Pankhurst a discursar, c.1908
- Figura 4\_ Christabel e Sylvia Pankhurst com a sua mãe Emmeline na estação de Waterloo, c.1911
- Figura 5\_ Charlotte Marsh, sufragista, c.1910
- Figura 6\_ Sufragettes em manifestação, c.1928
- Figura 7\_ Sufragista Emily Wilding Davison, c.1908
- Figura 8\_ Campanha Dolce Gabanna, 2007
- Figura 9\_ Campanha Calvin Klein Jeans com Brooke Shields
- Figura 10\_ Campanha Calvin Klein Jeans com Kate Moss e Mark Wahlberg, 1992
- Figura 11\_ Campanha para o perfume Lola, Marc Jacobs, 2011
- Figura 12\_ Le Smoking, Yves Saint-Laurent
- Figura 13\_ Gareth Pugh, Primavera 2019, Ready-to-wear
- Figura 14\_ Betsey Johnson, Primavera 2014, Ready-to-wear
- Figura 15\_ Prada, Outono/Inverno 2016
- Figura 16\_ Rei Kawakubo, Comme des Garçons, Outono/Inverno 2016, Ready-to-wear
- Gráfico 17\_ Gráfico correspondente à questão da “Idade”
- Gráfico 18\_ Gráfico correspondente à questão “Sexo”
- Gráfico 19\_ Gráfico correspondente à questão “Habilitações Literárias”
- Gráfico 20\_ Gráfico correspondente à questão “Ocupação Atual na Indústria da Moda”
- Gráfico 21\_ Gráfico correspondente à questão “Já sofreu algum preconceito ou discriminação em relação ao seu género/sexo no local de trabalho?”
- Gráfico 22\_ Gráfico correspondente à questão “No seu entender qual o sexo/género que mais sofre de discriminação no mercado de trabalho?”
- Gráfico 23\_ Gráfico correspondente à questão “Tendo em conta o seu conhecimento sobre o que significa sexismo, acredita que ainda é atual e presente no ambiente de trabalho?”
- Gráfico 24\_ Gráfico correspondente à questão “Das opções seguintes, qual considera que define o que é o sexismo?”
- Gráfico 25\_ Gráfico correspondente à questão “Se respondeu sim qual a frequência dessa discriminação?”



# **Lista de Tabelas**

Tabela I\_ Caracterização da amostra considerando o Sexo dos Respondentes

Tabela II\_ Caracterização da amostra considerando a Idade dos Respondentes

Tabela III\_ Resultados correspondentes à questão “No seu entender quais os fatores que mais influenciam esta realidade?”

Tabela IV\_ Resultados correspondentes à questão “Que mudanças de atitude e comportamentos deveriam existir no mercado de trabalho para se poder criar um ambiente igualitário?”



# Lista de Acrónimos

BOF	The Business of Fashion
CEO	Chief Executive Officer Gabinete de Relações Públicas
CEDAW	Convention on the Elimination of Discrimination against Women
CIG	Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género
CITE	Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONG	Organização Não Governamental
PpDM	Plataforma portuguesa para os Direitos das Mulheres
WSPU	Women's Social and Political Union



# Introdução

Constituindo sensivelmente mais de metade da população portuguesa (INE, 2021), as desigualdades perpetuadas pela sociedade continuam a definir a existência da mulher tanto na sua vida familiar como profissional (Faria, 2019).

O retrato de uma sociedade justa e igualitária é uma questão que deve ser objeto de uma abordagem profunda ainda na atualidade. O desenvolvimento de um sistema onde ambos os sexos usufruem das mesmas oportunidades, continua a sofrer alterações que visam acabar com a desigualdade há muito enraizada na sociedade, promovendo condições, rendimentos e direitos igualitários em diversas áreas. Originada por uma cultura patriarcal, assente no domínio da força e poder, a desigualdade instalou-se e prosperou, desfavorecendo a figura da mulher em benefício da figura do homem, sujeitando-a a diversos padrões humilhantes e desrespeitosos que moldavam a identidade e hierarquização estabelecida, não só no ambiente público como no privado.

Sendo quotidianamente vítima de discriminação, assédio, misoginia e sexismo, a mulher tem vindo a sofrer com ações padronizadas pelo conceito de papel social que se foi estabelecendo ao longo do tempo, baseado na criação de valores e comportamentos dominantes com o intuito de delimitar tanto as funções da mulher como do homem, criando uma importância social diferenciada para os dois sexos, através de hierarquias de poderes e significados sociais (Guterres, s.d.).

A mulher é exposta regularmente a situações de desvantagem nas mais diversas áreas. Apesar de integrarem a maioria dos licenciados do Ensino superior, as discrepâncias podem ser notadas a partir da entrada no mercado de trabalho (Faria, 2019).

Com a consolidação do sistema capitalista, houve uma conquista de um espaço maior no mercado de trabalho, onde imensas mudanças ocorridas sobretudo, na área da produção e organização do trabalho feminino foram conseguidas. Apesar da possibilidade de poderem exercer novas funções, a desigualdade ainda estava patente em comparação com o homem, desde a diferença de salários para funções do mesmo nível, como a distinção de cargas horárias que eram escolhidas, de acordo com as características atribuídas pela sociedade à mulher.

Atualmente, a diferença de género presente no mercado de trabalho na Europa, corresponde a 25 por cento, sendo que têm existido melhorias significativas nesta diminuição de forma gradual, a fim de criar mais oportunidades para que a mulher se possa destacar na profissão que executa (WEF, 2017).

Na indústria da moda, a ideia de um domínio maioritariamente feminino e liderado por mulheres não é uma realidade. Os mais altos cargos nesta indústria são ocupados por homens, sendo a mulher responsável pelas funções com menor poder profissional dentro de uma marca ou empresa de moda, apesar de todas as restrições que enfrentam em relação ao sexo/género existentes nesta área que ainda está fortemente demarcada pelo domínio masculino quando nos referimos a alta-costura. Esta área de trabalho começou a sofrer algumas alterações e tentativas de mudança quando algumas designers mulheres, se começaram a destacar e a ganhar espaço nesta profissão definida como competitiva.

A temática de investigação é uma problemática evidente, uma vez que o sexismo continua a ser um preconceito visível no local de trabalho para várias mulheres, confrontadas com um conjunto de situações de desigualdade praticadas pela sociedade contemporânea atual. Esta dissertação pretende promover um melhor entendimento da mulher enquanto figura inserida numa sociedade, num contexto social e histórico, do papel que desempenhou até à sua entrada no mercado de trabalho e quais as dificuldades e preconceitos enfrentados pelas mulheres nesse mesmo ambiente.

## **1.1. Questões de Investigação**

A seguinte investigação pretende apresentar o tema em torno de uma análise crítica sobre o sexismo no mundo da moda, focado no mercado de trabalho desta indústria. A desigualdade entre ambos os sexos, bastante marcada na sociedade atual, é ainda considerada como uma temática requerente de atenção de várias gerações.

Assim a pesquisa propõe entender os fatores que levam a ainda existir tal discriminação nos dias de hoje, tendo a mulher acesso às mesmas capacidades e oportunidades a nível educacional que o sexo oposto. Começando pelo entendimento individual de cada uma das matérias apresentadas, aprofundando os seus conceitos e significados, a dissertação pretende responder às seguintes perguntas:

1. Qual a visão sobre a figura da mulher na sociedade?
2. Qual o impacto do feminismo e da emancipação feminina na evolução da figura da mulher no mercado de trabalho?
3. Em que difere o conceito de sexismo e *objetificação*?
4. Quais as disparidades existentes na indústria da moda para uma designer mulher?

Para ser possível responder a todas as perguntas formuladas e exploradas ao longo desta dissertação, a pesquisa será dividida em diversos capítulos apresentando as diversas pesquisas enquadradas por diferentes referências bibliográficas. A pesquisa será dividida da seguinte forma:

1. Papel e construção social da mulher ao longo dos anos;
2. Emancipação feminina e igualdade de género;
3. Sexismo na moda.

### **1.1.1. Género e sexo**

A questão da diferença entre género e sexo é uma das temáticas mais debatidas desde o começo da luta da mulher pela igualdade dos seus direitos. Esta questão é considerada como relevante e de extrema importância para a investigação realizada, para se estabelecer uma melhor compreensão da distinção entre os dois conceitos.

Começando pelo conceito de gênero, este é usado como uma designação das relações sociais existentes entre os sexos, rejeitando de forma explícita as justificativas biológicas. Pode ser entendido como uma forma de indicar as construções sociais já estabelecidas (Scott, 1995), devendo ser entendido como uma construção social, histórica e cultural, formada sobre as diferenças sexuais existentes (Rabelo, 2010). Todavia é também “(..) uma maneira de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas dos homens e das mulheres. O gênero é, segundo essa definição, uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado” (Scott, 1995, p. 7). Este conceito não se particulariza a um ou a outro sexo, mas sobre as relações que são socialmente construídas entre eles (Almeida, 1998).

“O gênero é resultado de diferentes aprendizagens que o indivíduo acumula, a partir das suas relações interpessoais, ao longo das suas experiências de vida dentro de um contexto histórico, político e social. É a marca que o indivíduo carrega indelevelmente, de tal forma que se torna mais fácil modificar a configuração anatômica (sexo) de alguém do que a sua configuração psicológica (gênero)” (Praun, 2011, p. 10).

Já a classificação de seres humanos utilizando a sua anatomia, é normalmente, definida pelo vocábulo sexo, denominando um indivíduo como mulher ou homem conforme os cromossomas presentes nos seus órgãos genitais (Praun, 2011). O sexo é uma especificação biológica baseada na capacidade reprodutiva, uma combinação de anatomia, endócrina e características cromossômicas (Gunn, 2012). Se o substantivo gênero pode ser relacionado com os traços comportamentais, psicológicos e culturais que são tipicamente associados ao sexo da pessoa, o vocábulo sexo inclui os atributos estruturais, funcionais e comportamentais derivando da palavra “sexus”, que significa qualquer divisão existente da natureza orgânica distinguidos como masculino ou feminino (Torgrimson & Minson, 2005).

O gênero é então formado pela estilização do corpo de diversas formas como os gestos, falas e movimentos corporais (Haddad & Haddad, 2019). Para Butler (2011), o gênero não é considerado como uma identidade estável ou um local de ação, mas uma identidade que vai sendo constituída tenuemente no tempo, pois cada pessoa nasce com um sexo biológico, e o seu papel vai sendo construído culturalmente conforme a sociedade e o tempo em que está inserida, devendo ser visto como uma variável fluída que se vai transformando e descolando em diferentes contextos e períodos históricos, considerando também o gênero e o desejo como flexíveis e a identidade possível de ser reinventada pelo próprio sujeito (Haddad & Haddad, 2019).

De acordo com Giddens (2001), o gênero é considerado como “(...) um conceito socialmente criado que atribuí aos homens e às mulheres papéis sociais e identidades diferentes” (p.114). Considera também que dificilmente as diferenças de gênero são neutras pois na maioria das sociedades, o gênero é visto como uma forma de estratificação social. O autor afirma que o gênero é um dos fatores com mais influência na estruturação das oportunidades e das hipóteses de vida que um indivíduo ou grupo pode encarar, pois pode servir como uma condição para o desempenho dos papéis estabelecidos nas instituições sociais, particularmente na família ou no Estado.

Apontado como um dos principais conceitos de maior relevância para a concepção de identidade, dos papéis e das relações estabelecidas entre o homem e a mulher nas sociedades modernas, o gênero, criou ao longo do tempo, a desconstrução do retrato de *androcentrismo*<sup>1</sup> respeitado, acentuado pela atribuição de características opostas, sendo as qualidades femininas inferiorizadas em relação às definidas como masculinas (Andrade, 1999). O autor Devreux (2005), considera que a dominação masculina sobre a mulher, de gênero ou relações sociais de sexo não são ideais opostos, pelo contrário são utilizados como sinónimos com diversas formas de se distinguirem, preferindo a definição da relação social de sexo, onde são as relações entre os homens e as mulheres que a definem.

Pode concluir-se assim que o conceito de sexo está relacionado com as diferenças anatómicas e biológicas entre o homem e a mulher, como os cromossomas ou órgãos genitais, enquanto o conceito de gênero é associado com a construção social das relações estabelecidas.

## **1.2. Justificação e relevância do tema de investigação**

De forma a justificar-se a temática de investigação, apresenta-se a relevância que tem atualmente na indústria da moda. Este setor é descrito pela sua diversidade, liberdade e diferença, considerado como um dos mercados de trabalho com maior impacto a nível económico. É também uma área profissional onde é mais visível a ocorrência de situações de discriminação de sexo mais proeminentes, repercussões da mentalidade e do pensamento da sociedade atual.

Com o objetivo de contribuir para um melhor entendimento de como este preconceito ainda tem uma influência opressora e dominadora no quotidiano de um

---

<sup>1</sup> *Androcentrismo* - sistema, organização, doutrina ou atitude que privilegia o homem

número desproporcional de mulheres, que não manifestam ou referem que sofrem com o mesmo no seu local de trabalho, esta dissertação pretende enaltecer a importância da discussão de como a mulher, até ao momento, ainda luta com a desigualdade baseada no conceito de supremacia masculina.

Assim, pretende-se compreender qual a definição e designação deste tipo de discriminação, tal como os preconceitos e ideias pré-concebidas criadas em função do mesmo. Posteriormente, procura-se perceber a sua repercussão e influência na vida da mulher, considerada como a mais prejudicada no ambiente profissional, e de que maneira a descrença das capacidades baseadas no seu sexo, podem afetar as escolhas e oportunidades de ocupação de cargos de chefia e outros postos profissionais, com uma maior responsabilidade.

O estudo deste tema é de extrema importância e relevância para uma maior perceção da discriminação e preconceitos sofridos pela mulher no seu dia-a-dia no mercado de trabalho, embora não exista qualquer fundamento para que esta discriminação aconteça. Todavia ainda é comum encontrar casos de mulheres que além de sofrerem com a desvalorização das suas capacidades, sofrem também com assédio moral e sexual no ambiente de trabalho e com a disparidade salarial, apesar de exercerem as mesmas funções que os homens. Estas convicções continuam a perpetuar a desigualdade e a contribuir para a existência da discriminação de género nas relações de trabalho, dificultando o processo de mudança de atitudes.

### **1.3. Objetivos**

A investigação do tema proposto é composta pelo objetivo geral e os objetivos específicos que são formulados a partir do primeiro, e irão complementar a pergunta de partida da pesquisa, sobre como as desigualdades de género e o sexismo são gerados, e como são reproduzidos.

O objetivo principal da investigação é o de analisar a desigualdade e discriminação existente entre a mulher e o homem no mercado de trabalho especificamente na indústria da moda, trazendo para esta discussão a interpretação de 4 módulos distintos: sexo/género, mulher/sociedade, sexismo/objetificação, feminismo/emancipação.

Os objetivos específicos desta dissertação são os seguintes:

- Identificar os fatores que levam à existência desta desigualdade até à atualidade;
- Compreender a contextualização do papel da mulher tanto político como social ao longo da história;
- Identificar as desigualdades que a mulher sofre no mercado de trabalho na indústria da moda;
- Elaborar uma análise efetiva aos resultados do inquérito realizado para uma melhor compreensão da presença do sexismo na indústria da moda;

#### **1.4. Desenho Metodológico**

Nesta dissertação, a metodologia utilizada para abordar o tema foi a qualitativa e quantitativa. No método qualitativo, o referente à revisão da literatura e à bibliografia selecionada de acordo com o tema, pretendeu-se reunir informação documental diversa, desde artigos científicos, artigos de revistas, bem como livros que tratam o tema ou os subtemas de alguma forma. Esta coleção de textos teóricos oriundos de diversos autores origina variados pontos de vista e apreciações em relação a cada ponto abordado nesta investigação teórica.

Posteriormente, a exploração teórica foi reforçada com a aplicação do método quantitativo fazendo uso de um questionário, com o objetivo de mensurar e quantificar as respostas dos questionados, elaborado de forma a obter dados válidos que ajudarão a confirmar ou contestar as hipóteses iniciais da investigação.

#### **1.5. Estrutura da Dissertação**

O desenvolvimento desta dissertação foi dividido e organizado em diversos capítulos, começando com a introdução da temática que será abordada ao longo da pesquisa e da investigação efetuada. De seguida, é apresentado o enquadramento temático e metodológico, bem como os objetivos a atingir.

No primeiro capítulo explora-se o papel e construção social da mulher na sociedade ao longo dos tempos, no contexto histórico, social e político. Será também abordada a visão

da sociedade sobre a mulher pela perspectiva histórica, económica, política e religiosa e quais as expectativas esperadas e que deveriam ser alcançadas.

Este capítulo visa ainda o aprofundamento do movimento feminista e dos seus ideais e de que modo contribuíram para a libertação e emancipação da mulher perante a sociedade. Por fim é também aqui feita uma abordagem sobre a desigualdade existente entre ambos os sexos até aos dias de hoje, nomeadamente no contexto do mercado de trabalho.

No segundo capítulo, encontra-se a definição do termo sexismo, o que ele representa, e as ideias e preconceitos associados a este tipo de discriminação. Outro tema a ser desenvolvido é o da *objetificação* da mulher na indústria da moda e os exemplos que melhor o exemplificam. Para finalizar este capítulo, o último tema a ser abordado passa por os estereótipos no mundo da moda, onde as questões de género e sexo, desigualdades no mercado de trabalho, assim como as diferenças nas oportunidades de emprego profissionais que existem para designers mulheres e para designers homens no mundo do design de moda emergem.

No terceiro capítulo realizou-se um inquérito por questionário com o objetivo de compreender a posição do público sobre o tema, nomeadamente com experiência profissional no setor da moda, em relação ao conceito de sexismo. Aqui são também apresentados os procedimentos utilizados assim como as respostas do inquérito realizado, onde será também desenvolvida uma análise e discussão dos dados que foram recolhidos através do questionário elaborado, abrangendo uma amostra feminina e masculina de diversas idades.

Por fim, finaliza-se a dissertação com as conclusões obtidas ao longo da investigação, respondendo à pergunta inicial e às hipóteses que foram colocadas sobre o tema, concluindo com a ideia de possíveis investigações interessantes para o desenvolvimento da dissertação e futuras investigações.

# **Capítulo 1. Papel e construção social da mulher ao longo dos anos**

No presente capítulo realizou-se uma contextualização do papel social e da posição que a mulher tem vindo a ocupar na sociedade, da visão da sociedade existente sobre a figura da mulher, das diferentes formas de desigualdade, o seu significado, como se manifestam e quais as formas da promoção de igualdade possíveis.

## **1.1. A visão sobre a mulher: perspetiva histórica, económica, política e religiosa**

A mulher ao longo dos tempos teve o seu papel definido por normas e restrições criadas por sociedades que a consideravam como um ser de pouco valor, sem opinião própria e dependente de outra figura, o homem. Foi restringida de escolhas, de opções e de liberdade para poder exercer os seus direitos, tendo apenas como função principal a de cumprir com perfeição os deveres que lhe foram impostos.

A submissão à figura masculina é talvez a característica que definiu os deveres que a mulher, enquanto figura inserida numa sociedade em que o homem detinha todo o poder, deveria transmitir mostrando o seu respeito e dedicação pelo papel que deveria cumprir, o de esposa e mãe dedicada e fiel. O homem é referido como o “criador da ordem e da lei”, e a mulher como uma tentação ligada ao desejo e à desordem, considerada pela natureza como um ser inferior, muitas vezes referido com uma conotação negativa (Nogueira, 2001).

De acordo com Tedeschi:

“Tanto homens como mulheres foram convencidos de que aos primeiros cabia prover a existência natural da família e, às segundas, “devido à sua natureza”, gerar filhos, cuidá-los ao longo da vida e encarregar-se ao mesmo tempo das diferentes tarefas domésticas” (Tedeschi, 2012, p. 30).

Além de continuar a ter o seu papel delimitado por ideais que desvalorizavam a sua presença fora do espaço doméstico e das tarefas do lar, ao longo do tempo, a mulher continuava a ser considerada como uma propriedade do seu pai ou marido, sem poder contestar a condição de submissão na qual estava inserida (Teixeira & Fagundes, 2014).

Dependente economicamente, não possuía qualquer tipo de sustento, pois passava de uma posse da sua família para uma propriedade do seu marido, como uma moeda de troca.

De acordo com Tomás (2016), o estatuto da mulher “ (...) estava subordinado ao homem e essa subordinação estava institucionalizada no casamento e na família, que estabeleciam os parâmetros do seu comportamento, definiam o seu relacionamento com os homens, reiteravam a sua subordinação e controlavam os seus excessos” (p.22).

A responsabilidade da vida política continuava a ser exclusiva para os homens, detentores da verdade e do conhecimento e modelos de autoridade e responsabilidade. A figura do homem tinha não só o dever de governar a casa e cuidar da família, como também o poder de exercer a sua influência nas áreas de política pública. Por outro lado, a figura da mulher sempre foi vista pela sua fragilidade, pela falta de competência necessária para governar a sua vida ou para exercer qualquer tipo de responsabilidades. (Coimbra, Almeida Alves & Alves, 2007)

Ainda segundo Tedeschi (2012), um dos fatores que contribuiu para a visão de inferioridade em relação à figura da mulher foi a crença judaico-cristã, que definiu o lugar que a mulher deveria ocupar não só no espaço da igreja mas também na sociedade. A imagem criada pela moral cristã representava para toda a sociedade o modelo que deveria ser seguido e cumprido. A igreja defendia que a virtude e a obediência seriam os valores femininos que deveriam modelar o que a mulher deveria representar. Apesar dessas crenças, a idealização do modelo de mulher da igreja poderia ser considerada contraditória, pois se por um lado temos o modelo de Maria, do outro temos o de Eva.

“A moralidade cristã e o discurso da Igreja obrigam e limitam a mulher a ser para e através dos outros, negando-lhe a possibilidade de ser ela mesma. Ela é, portanto, confinada nesse mundo privado com marcas muito profundas, caracterizadas pela emotividade, sentimentalização, considerando-se socialmente como subalterna, haja vista que a possibilidade da criação, da geração do conhecimento potencializada pelo mundo público está ausente” (Tedeschi, 2012, p. 87).

As duas figuras criaram assim dois paradigmas do feminino, enquadrando a percepção social das mulheres, que passaram a ser consideradas como representações e personagens centrais na tradição do cristianismo. Maria, associada à virtude e ao divino (conforme exemplificado na Figura 1), representava uma oposição às características relacionadas com Eva, definidas pelas crenças em mitos e pelo pecado original (Mota-Ribeiro, 2005).



Figura 1\_Obra de Luis de Morales, “A virgem e o menino”, c.1565

(Fonte:<https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/the-virgin-and-child/8f878ec5-598a-403c-aa89-coce698dc8bf?searchid=edc7d2bo-e612-0382-1175-4aada088b4ac>)

A imagem de Maria é vista como um exemplo que deve ser seguido, sendo esta considerada como única e difícil de alcançar, adquirindo um estatuto superior e de adoração, pois foi ela que trouxe ao mundo o salvador, Jesus Cristo. A figura de Eva como representada na (Figura 2) surge portadora de todos os pecados e maus exemplos que deveriam ser evitados, ao mesmo tempo que é vista como desobediente e pecadora, contrastando com Maria, podendo assim considerar-se que Maria representa as características e valores que a figura da mulher deveria ter enquanto Eva, é a versão de como a mulher é realmente, segundo o que a doutrina da Igreja afirma (Tedeschi, 2012)



Figura 2\_Obra de Tiziano Vecellio, “Adão e Eva”, c.1550

(Fonte:<https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/adam-and-eve/eoca4331-fb89-47a7-9bao-beoece23426b>)

A virtude de Maria passou a simbolizar a objeção à idealização do pecado cometido por Eva nos primórdios da humanidade, presente no texto bíblico, onde é estabelecida a definição de “pecado original” caracterizado como um mau costume da liberdade humana. Já a narração de Adão e Eva é a representação das origens do pecado, enquanto a graça e virtude de Maria espelham o poder de resistência ao pecado e obediência a Deus, através deste pensamento, Maria é a única que pode redimir Eva através da sua obediência, devido à sua natureza tida como perfeita e inatingível. Portanto, a figura de Eva seria a representação da perspectiva de como a mulher para a igreja é e Maria seria o modelo do que a mulher deveria ser (Mota-Ribeiro, 2000).

Com esta perspectiva do que é certo e errado e do que deveria ser respeitado, a figura da mulher foi sendo restringida e ignorada, mostrando que deveria cumprir aquilo que lhe foi imposto sem questionar, pois só assim é que manifestava ser digna de aprovação pelo resto da comunidade em que vivia e estava inserida (Tedeschi, 2012).

## 1.2. Papel histórico-social da mulher na sociedade

Desde os primórdios a mulher, esteve sempre ligada ao homem sendo definida como dependente económica e socialmente do mesmo. Através de exemplos do passado, percebe-se que esta não tinha um papel muito ativo e visível em assuntos que não fossem sobre o ambiente familiar.

A sua função principal para o qual foi educada desde criança e após contrair matrimónio, foi a de se tornar mãe e uma dona de casa eficiente. Assim à sua responsabilidade, ficava a criação e educação das crianças bem como o cuidado do lar e a realização das tarefas domésticas, enquanto o dever do marido consistia em providenciar o sustento da família, através do seu trabalho, acabando por se tornar na figura com mais autoridade no seio familiar.

“(...) a função reconhecida à mulher foi prioritariamente a doméstica, e a sua vocação encarnava-se na imagem enraizada pela igreja e pela sociedade civil de dona de casa. Tal significa que a mulher devia consagrar-se à honra, à continência, à fidelidade, à obediência e ao cuidado dos que viviam sob o mesmo teto, criando-os, alimentando-os, educando-os, acarinhando-os na doença e assistindo-os na morte” (Tomás, 2016, p. 22).

Portanto pode-se constatar que desde a antiguidade, a mulher ocupou “uma posição subalterna ou, no mínimo, subsidiária ou complementar ao homem” (Magalhães, 1980, p. 125), muitas vezes considerada como um objeto, ou como um bem que se poderia comercializar.

Na sociedade egípcia, a mulher estava inserida numa hierarquização social que se dividia em duas esferas, a esfera divina e a esfera humana. Se por um lado existia a esfera divina, rigorosamente estruturada e considerada como superior, pelo outro, existia a esfera humana, comandada pela figura masculina. No topo da esfera humana, encontrava-se o rei, figura mediadora entre as duas esferas. A família real por partilhar da mesma posição social do faraó, formava o grupo do topo da pirâmide social, onde a posição tomada tanto pela rainha como pelo faraó, estava definida pela mitologia e pelo poder divino. A posição da rainha encontrava-se por extensão removida da esfera mortal ao ser favorecida pelos aspetos divinos. Contudo, a realeza feminina servia como uma forma de complementar a figura do rei, e a junção existente entre ambos, significava que um não poderia existir sem o outro. A mulher egípcia continuava a ser retratada de maneira inferior ao homem, e o seu lugar deveria ser o da casa e o da família, mas ao contrário da mulher grega, esta não seguia

isolada no espaço privado, pois podia andar de forma livre nos outros espaços públicos (Balthazar, 2011).

Na antiguidade grega, a figura da mulher não podia integrar as classes sociais que definiam a hierarquia da sociedade da época, pois não era considerada uma cidadã, *status* apenas concedido a homens livres com mais de 21 anos que fossem de origem ateniense. Ocupava assim uma posição de inferioridade, tal como as crianças e os escravos, não podendo participar em qualquer atividade política, como por exemplo, os debates públicos. O seu dia-a-dia continuava preenchido com as suas responsabilidades enquanto mulher, dominado pela realização das tarefas domésticas e pela procriação dos filhos. Para os gregos, o casamento tinha como objetivo principal a produção de herdeiros que continuariam o nome e a herança da família, considerada como a função principal da mulher, esta deveria ser subserviente ao seu cônjuge e prestar-lhe total fidelidade, sendo considerada como uma servidora (Cruz, 2013).

Desde a educação doméstica até à escolha da melhor opção de matrimónio, o patriarca da família exercia a maior autoridade sobre a mulher e qual o modelo de vida que lhe deveria ser reservado, estando estas decisões muitas vezes estabelecidas com o objetivo de beneficiar o mais possível a família, como uma forma de acordo ou negociação. O papel da mulher na sociedade, principalmente na ateniense, foi de incontestável subalternização, onde as suas funções estavam reservadas aos afazeres domésticos e à educação a fim de se converter numa mulher obediente. A função principal seria a de maternidade para dar continuidade ao património familiar, bem como a responsabilidade da continuação de cuidar dos seus progenitores numa idade mais avançada, já que a mulher continuava a ser considerada como inapta para as questões políticas (Filho, Neves & Filho, 2011).

É nesta altura que também surgem algumas ideias criadas por filósofos bastante reconhecidos em relação à figura feminina. Segundo Aristóteles (Cruz, 2013), a diferença entre o masculino e o feminino estaria nas diferenças naturais, considerando o homem como um ser dotado de civilização e a mulher um ser constituído somente de natureza.

Na sociedade romana, a mulher ocupava uma posição de maior dignidade e respeito social em relação à sociedade grega, adquirindo assim um *status* e uma independência que lhe ofereciam regalias que a mulher grega nunca alcançou. Apesar de seu papel ainda ser condicionado ao ambiente familiar, não permanecia reclusa nos seus aposentos, esta poderia sair de casa usando a “*stola matronalis*”<sup>2</sup>, vestimenta tradicional usada

---

<sup>2</sup> *Stola matronalis*- Vestimenta tradicional da mulher romana

exclusivamente pela <sup>3</sup>mulher (Cruz, 2013), podendo assim ter acesso ao teatro, feiras e aos tribunais, sendo mais respeitada neste aspeto que a mulher ateniense (Mongelós, Neves, Ribeiro & Acácio, 2011).

Para a mulher romana, a sua posição é descrita jurídica e socialmente como dependente em relação ao homem (Pinho, 2002). A sua maior responsabilidade e obrigação foi a procriação de filhos legítimos, a administração da casa e a sua função de uma filha obediente, uma esposa fiel e uma mãe diligente (Keegan, 2013). Os deveres da mulher romana dependiam essencialmente do seu estatuto social, pois para as mulheres de classe mais baixa, as suas obrigações incluíam cuidar da família, cozinhar, costurar e auxiliar o seu marido no trabalho. A mulher de uma classe superior, geralmente tinha menos obrigações e mais opções para gerir o seu tempo (Aloğlu, 2018). O seu legado foi o papel de figurante social, constado numa posição posterior ao homem, nunca ao seu lado e onde jamais poderia estar à sua frente. A mulher continuava como uma figura subordinada em relação à masculina, o *pater familias*<sup>3</sup>, adotando uma função de inferioridade em relação ao mesmo.

De acordo com Mongelós et al. (2011), quanto à questão do espaço público, a mulher continuava a não poder participar de nenhuma forma da *Res publica*<sup>4</sup>, não podendo ocupar qualquer lugar na magistratura, visto que não poderia exercer qualquer tipo de funções públicas. A mulher romana continuava sem exercer qualquer poder em relação a questões de política, pois estas muitas vezes estavam ligadas aos deveres militares, esses concedidos ao homem, o *pater familias*, o chefe de família, o estatuto mais elevado no ambiente familiar (Cruz, 2013).

Pode concluir-se que as mulheres desde o início da criação do conceito de sociedade, não foram muito presentes no que diz respeito a tomar decisões e a fazer as suas opções não foram consideradas como um ser ao qual fosse concebido o livre-arbítrio, pois não podiam tomar decisões sem que a figura masculina interviesse.

Apesar de já existirem classes sociais muito marcadas na antiguidade clássica, é na idade média com o aparecimento de uma nova estrutura de classe social, que o papel da mulher variava consoante a classe social a que pertencia. Do povo à burguesia, até à nobreza, a mulher detinha diferentes obrigações. Enquanto a mulher pertencente a uma classe social mais baixa tinha mais liberdade em relação ao trabalho, pois é a sua obrigação ajudar o

---

<sup>3</sup> *Pater familias*- Chefe de família

<sup>4</sup> *Res publica*- Frase latina que significa "assunto público"

marido nas tarefas agrícolas, as mulheres da nobreza estavam encarregues de outras tarefas relacionadas com a casa (Cruz, 2013).

“Enquanto a mulher moderna busca espelhar-se num modelo masculino, sacrificando até aquilo que há de mais venusto na sua natureza, a mulher medieval, mesmo assumindo um papel de liderança, não renuncia à sua feminilidade e permanece sendo plenamente mulher, isto é, exerce o seu poder supremo, mas não abdica de seu papel social como mulher.” (Fancello, 2019)

Foi a partir desta época que a mulher passou a deter um pouco mais de autonomia em relação à que tinha anteriormente. Sendo que no início do período correspondente à idade média, a mulher exercia o papel que lhe foi socialmente imposto de forma mais participativa ao inverso do final desse período, contudo continuava a ser tida como menos isolada ao contrário do que acontecia na sociedade romana e grega, onde detinha ainda menos liberdade. Quanto à sua situação, continuava a sofrer uma grande desvalorização no âmbito doméstico, e na sua sexualidade estava totalmente submissa ao homem, contando apenas com o espaço restrito e privado.

A idade média continuava a ser uma época marcada pela dominação masculina, desde os senhores feudais, os padres e também os monges, com a exceção de alguns exemplos de mulheres que exerciam funções mais elevadas em relação ao poder instituído, como é o caso das rainhas e abadesas. Apesar de algumas conseguirem atingir o estatuto de santas canonizadas pela Igreja, a regra predominante seria a visão da mulher como uma criatura submissa e dependente do pai e do marido, já pela perspectiva teológica a mulher passou a ser reconhecida como um ser humano, criado por deus sem ser vista como a “encarnação do mal” como é descrita anteriormente, podendo ser considerada como um ser capaz de possuir virtudes. O culto mariano começou a compor a visão da mulher, a partir de Maria, sensibilizando várias jovens de diversas camadas sociais que ingressaram nas instituições religiosas católicas (Sousa, 2004).

No caso da classe mais baixa, o povo, as camponesas deveriam acompanhar os seus maridos nas tarefas que deveriam ser desempenhadas no domínio senhorial onde trabalhavam. Quando ficassem viúvas, estas deveriam continuar os seus deveres com os seus filhos. As mulheres pertencentes a esta classe social não trabalhavam só no cultivo dos campos e solos, poderiam também exercer outras profissões. Algumas delas consideradas unicamente femininas como os exemplos das fiandeiras de seda e tecelãs. Já no caso das mulheres que pertenciam às classes mais altas, como a nobreza, o seu dever foi sobretudo

relacionado com a gestão da família e da casa, tarefa que exigia bastante habilidade e organização, pois estavam encarregadas da administração e supervisão do trabalho realizado pelos seus criados, como também todos os suprimentos da sua família desde alimentação até à fabricação das vestes que iriam ser utilizadas (Cruz, 2013).

Neste período, as crenças e valores que a igreja católica defendia, influenciavam de forma significativa a perspectiva da sociedade medieval em relação ao que a figura da mulher deveria representar, surgindo assim uma dualidade na visão que a mulher transmitia. Por um lado, existia a perspectiva da mulher enquanto ser diabólico, perpetuada tanto pelos confesores da corte régia quanto pelos padres responsáveis pelas paróquias locais, vista como um risco para o homem, chegando os teólogos da altura a aconselhar o homem a considerá-la com suspeita, pois esta representava um perigo para a sociedade. Pelo outro, existia a adoração da imagem de Maria, símbolo de um culto profundo, idealizada como uma mulher imaginada livre de pecado. A igreja continuava a exaltar a visão da virgindade como uma forma de consagração a Deus, sensibilizando e aconselhando várias jovens virgens e mais tarde viúvas, a considerarem a ingressão nas instituições religiosas católicas, como por exemplo os mosteiros, como uma forma de distanciamento da vaidade e da tentação mundana (Martins, 2013).

Este respeito e obediência à igreja continuou até na época renascentista, pois apesar de terem existido grandes mudanças a nível artístico e até político, a mulher continuava a exercer a mesma posição.

“De facto, a realidade vivida pela mulher do renascimento não foi muito diferente daquela vivida pelas suas pares em épocas anteriores. Desde a infância, a liberdade dada à mulher foi praticamente nula. Uma vez que a Bíblia regia os pensamentos, os valores e as atitudes da população em geral, rica ou pobre, a mulher foi ensinada de acordo com os preceitos divinos. O objetivo da sua existência passava pelo matrimónio e pela família que deveria formar” (Oliveira, 2009, p. 11).

Esta submissão em relação à figura masculina ainda esteve bastante presente nos séculos que se seguiram, embora existissem algumas mulheres que marcaram a história ao conseguirem atingir um estatuto social mais elevado, como por exemplo, no século XVII, com a oportunidade de frequentarem os salões, locais visitados por intelectuais, poetas e escritores conhecidos da época, estas não foram suficientes para alterar a visão de a mulher não poder possuir, ao mesmo tempo, a beleza e a razão. Contudo, apesar do grande impacto de certos acontecimentos na alteração dos direitos e deveres de todos os cidadãos como o

caso da revolução francesa, que defendia a fraternidade, a liberdade e a igualdade, esses valores não se aplicaram na percepção do estatuto da mulher (Rodrigues, 2007).

Mesmo com os valores defendidos pelo iluminismo, como o conceito de a razão ser a principal fonte de autoridade e autenticidade, defendo os ideais de liberdade, tolerância e progresso, este movimento colocava o homem no centro de controlo e numa posição de destaque na sociedade, considerando a mulher um ser frágil e incapaz que não sobrevivia se não tivesse uma figura masculina na sua vida. Nietzsche, filósofo alemão, considerava a mulher como “um ser fracassado que busca elevar-se alterando os seus padrões próprios de conduta na sociedade” (Rodrigues, 2007, p. 4).

No século XIX, dá-se a revolução industrial, um dos fenómenos mais libertadores e inovadores da história ocidental, mudando completamente a estrutura até então criada na sociedade em vários aspetos. Neste período de industrialização, segundo Teixeira (2009), as mulheres começaram a ser inseridas no mercado de trabalho, ocupando funções e lugares designados como não qualificados, sendo esta divisão de ofícios justificada com a falta de conhecimento técnico da mulher para a supervisão das tarefas estabelecidas. Fatores como o anteriormente referido, ou como a valorização e renumeração do trabalho, fizeram com que houvesse uma organização por parte de mulheres, na tentativa de poder ser estabelecida uma relação de igualdade entre o homem e a mulher no mundo de trabalho. A presença da mulher no mercado de trabalho contribuiu como uma mudança bastante notória na história, pois o trabalho fora de casa passou a ser um importante mediador para as mulheres poderem exercer diversas atividades fora do seio familiar, como ocupar posições sociais e algumas posições a nível profissional que foram apenas permitidas e válidas exclusivamente aos homens.

Desde a inclusão da mulher no processo industrial, nomeadamente na indústria têxtil, houve uma incitação do desenvolvimento de uma nova percepção, manifestada através de movimentos que solicitavam melhores salários e condições de trabalho tendo como parâmetro a igualdade dos direitos entre o homem e a mulher. Apesar de o discurso vigente de época colocar o sustento da família como uma obrigação masculina, foi com a entrada das mulheres para postos de trabalho em fábricas, que as suas famílias conseguiam garantir a subsistência durante alguns períodos mais conturbados na época (Rodrigues, Milani, Castro & Filho, 2015).

A grande alteração para o papel das mulheres só aconteceu no século XX, pois foi neste período que tudo o que a mulher deveria representar na sociedade começou a mudar. Ao longo deste século, deu-se a luta das mulheres pelos seus direitos e pela garantia de

melhoria de condições de vida e de trabalho, que deu origem à expressão que usualmente o classifica como o “século das mulheres”, pela rápida e significativa evolução que existiu na sua condição em comparação com as décadas anteriores pois o combate deixou apenas de ser restrito à questão de sexo, configurando-se numa questão de preocupação mundial (Cavalcanti, 2005).

O século XX, segundo Freitas (2014), é considerado como “um século paradoxal em relação às mulheres”, definido como um cenário revolucionário na questão das diferenças entre o homem e a mulher, desde a entrada no mercado de trabalho e no mundo público para a mulher, até aos avanços existentes em relação à igualdade de direitos. Porém por outro lado, foi a altura onde continuavam a existir diversos atos discriminatórios em relação à mulher como na diferença salarial e nas diversas formas de violência e subjugação. O século das mulheres como é denominado, deu lugar a uma “(...) uma revolução silenciosa, mas intensa, transformou radicalmente as condições de vida das mulheres. Uma revolução sem partidos e sem grandes bases teóricas. Ainda assim, ela mudou a face da sociedade humana e trouxe consequências expressivas nas esferas da vida familiar e da vida social e cultural dos povos, questionando as suas tradições, os seus modos e os seus costumes” (Freitas, 2014, p. 2–3).

Todas estas conquistas tiveram grande impacto pois a mulher do século XXI, procura mudar a história, através da associação a movimentos com o propósito de transformar a sociedade e mudar a visão que ainda existe em certas culturas sobre as mulheres, conquistando ao mesmo tempo, mais espaço igualitário (Martini & Souza, 2016). A mulher é livre para fazer escolhas tanto a nível pessoal como profissional, apesar de a sociedade ainda deter alguns preconceitos e ideias bastante marcadas sobre a distinção do papel que cada sexo deve exercer, contudo, as mudanças feitas até à atualidade criaram oportunidades que jamais se poderia imaginar que acontecessem. O papel social da mulher ao longo da história foi um conceito que foi sendo formado com ideias e convicções, que os indivíduos foram criando, resultando numa tradição e num padrão de comportamento que deveria ser respeitado e cumprido, muitas vezes sendo pejorativo para a mulher, inferiorizando-a em relação ao sexo oposto. Este comportamento foi também considerado como parte de uma tradição, onde os modelos de comportamento que atualmente são apontados como inaceitáveis, antigamente não deveriam ser desrespeitados (Cruz, 2013).

## **1.3. Emancipação feminina e Igualdade de Género**

### **1.3.1. Feminismo e os seus ideais**

Como se pode constatar no primeiro capítulo, ao longo da história, a mulher sofreu com a realidade que vivia (desvalorização) numa sociedade que valorizava a figura masculina (sobrevalorização), como um exemplo de adoração e respeito e que não deveria ser questionado. Durante séculos, a mulher sofreu com injustiças e maus-tratos, sem poder exercer o direito de questionar ou dar a sua opinião sobre como essa situação lhe foi desfavorável. Contudo, através de alguns eventos históricos marcantes, começou a tomar conhecimento da desigualdade que vivia em relação ao homem e, a partir das manifestações do seu descontentamento, iniciou a luta pelos seus direitos e pela igualdade e inserção na vida pública, algo que antes nem sequer tinha sido questionado ou até pensado. Foi destas manifestações de descontentamento que surgiu o movimento feminista, dedicado exclusivamente à luta pelos direitos negados, e visto como uma demonstração de denuncia das iniquidades sofridas pela mulher por parte da sociedade (Bandeira & Melo, 2010).

Segundo, Alves e Pitanguy (1991), “o feminismo busca repensar e recriar a identidade do sexo sob uma ótica em que o indivíduo, seja ele homem ou mulher, não tenha de adaptar-se a modelos hierarquizados, e onde as qualidades “femininas” ou “masculinas” sejam atributos do ser humano na sua globalidade” ( p. 3).

O feminismo pode ainda ser referido como um movimento que “(...) nasceu das lutas coletivas das mulheres contra o sexismo, contra as condições de aversão e inferiorização do feminino, transformadas em práticas rotineiras de subordinação” (Bandeira & Melo, 2010, p. 7).

A verdade é que esta manifestação de desigualdade surgiu na altura em que outros movimentos que defendiam a liberdade e denunciavam as formas de opressão também existiam. Contudo, além destes objetivos, o movimento feminista queria romper com os modelos tradicionais instituídos, especialmente com a figura masculina autoritária que tinha sido concebida ao longo do tempo. Através da criação e organização de grupos de mulheres, foi possível demonstrar a insatisfação existente sobre estas condições, a partir de vivências experienciadas e de todas as formas de expressão existentes. As autoras mencionam ainda que a desigualdade não foi sofrida apenas no seio familiar, foi também vivida noutras áreas como a nível social, económico e a nível do mercado de trabalho, onde a figura da mulher foi tão desvalorizada que nem se imaginava que esta teria oportunidade de ocupar uma posição ou lugar no mesmo (Alves & Pitanguy, 1991).

### **1.3.2. Principais fases dos movimentos feministas**

O movimento feminista é caracterizado por três fases distintas, sendo estas localizadas em diferentes alturas. A primeira situa-se em meados do século XIX, a vontade da mulher ganhar a sua emancipação do seu estatuto civil e social considerado como dependente, e o seu desejo de se integrar como cidadã numa sociedade modernizada e industrializada, fizeram com que lutasse para possuir os mesmos termos que os homens. Pode-se considerar como o primeiro evento que desencadeou esta primeira fase, a revolução industrial e os segundos, a primeira e a segunda guerra mundial. Já a segunda fase, situa-se após a Segunda Guerra Mundial, e a terceira vaga está situada na época mais atual. (Nogueira, 2001).

De acordo com Bergano, “o pensamento feminista tem-se caracterizado por um desenvolvimento que reflete o contexto social, económico e político em que surge e em que se desenvolve, e ilustra uma grande diversidade, quer a nível conceptual, quer a nível das práticas e reivindicações das mulheres” (Bergano, 2012, p. 44).

Este movimento foi apresentado com um carácter moderado, sendo visto como “um movimento respeitável”, valorizando não só a maternidade como o meio de afirmação por parte das mulheres para poderem reivindicar os objetivos pretendidos como a educação, o acesso à profissão e ao voto (Manuela & Fernandes, 2008).

As duas grandes guerras contribuíram de forma significativa para o desenvolvimento do feminismo, pois com os homens, maridos e familiares, a serem obrigados a combater coube à mulher ocupar funções que antes foram apenas realizadas pelo homem, ficando assim encarregada do sustento familiar (Nogueira, 2001).

A primeira fase do feminismo teve início na Inglaterra com a luta de várias mulheres pelos seus direitos. Conhecido como sufrágismo, o movimento tinha como objetivo a luta contra a discriminação das mulheres, a garantia dos seus direitos, particularmente o direito ao voto, e a denúncia da opressão exercida pelo patriarcado (Júnior, Plácido & Cordeiro, 2019).

A segunda fase, segundo Nogueira (2001), definiu-se com início nos anos sessenta até ao meio da década de oitenta. Alguns dos fatores que contribuíram para o desenvolvimento do movimento nesta época foram a euforia empresarial, resultado da explosão económica que surgiu depois do fim da guerra e o rápido aumento de padrões de vida, dando assim às mulheres uma visão diferente em relação ao trabalho, pois estas foram

incentivadas a participar no mercado de trabalho. É dentro das décadas de sessenta e setenta que surge um novo impulso em relação ao feminismo que começou por trazer novos conceitos, pois para Griselda Pollack (2002), “o feminismo é um produto histórico dos anos 60 e 70 que viu novas políticas sociais e culturais serem desenvolvidas a partir dos movimentos pelos direitos civis” (Manuela & Fernandes, 2008, p. 22).

O movimento estudantil do final da década de 60 terá também contribuído bastante para o feminismo, assim como as inovações tecnológicas e científicas desenvolvidas na altura. Uma das preocupações mais características da altura tinha a ver com a desigualdade de poder exercida no seio familiar, pois a mulher ainda continuava a ser vista como uma figura dependente e submissa da figura que o chefe de família exercia. Este assunto começou a ser questionado levando a que o direito ao divórcio e o direito a ter propriedades e bens fossem abordados e reivindicados o que provocou alguns conflitos na altura. Já o feminismo dos anos 80, começou como um movimento que almejava uma revolução na sociedade e que na teoria pretendia uma revolução do conhecimento (Manuela & Fernandes, 2008).

Contudo, foi a partir desta década que começou a perder a força que o caracterizava, pois, a população mais jovem começou a mostrar menos interesse pela luta que tinha sido um dos momentos mais marcantes na história para a figura da mulher. Este período deu então origem à 3.<sup>a</sup> fase do movimento, denominada como pós-feminismo (Nogueira, 2001).

“Os protestos realizados pelas mulheres na Europa Ocidental, assim como no mundo, foram inicialmente contra as injustiças e as desigualdades legais, políticas e socioeconómicas. As mulheres lutavam e reivindicavam que essas injustiças acabassem. Formalmente, e num sentido amplo de cidadania, esses objetivos foram conseguidos. Todas as mulheres na Europa ocidental são agora formalmente iguais perante a lei, um direito que não existia em muitos países antes da segunda vaga dos movimentos terem começado” (Nogueira, 2001, p. 7).

Apesar de existirem tantas mudanças, a forma de pensar em relação ao homem e à mulher continua praticamente igual. As mulheres podiam agora tomar decisões sobre a sua vida como o controlo da fertilidade e o direito à educação, sendo esta atualmente obrigatória, recebendo também mais liberdade formal e cívica, mas ao mesmo tempo, continuam a ser vistas como as responsáveis pela educação e cuidado da família, nomeadamente das crianças (Nogueira, 2001).

Percebendo esta desigualdade, houve várias mulheres que mostraram o seu descontentamento sobre a visão que a sociedade tinha em relação à sua posição,

considerada por Alves e Pintanguy (1991), como uma das principais vozes da insurreição feminina, Ann Hutchinson, conseguiu reunir um grupo de mulheres, que se juntavam para ouvir as suas pregações, onde defendia que tanto o homem como a mulher foram criados igualmente da mesma maneira por deus, contrariando os dogmas que defendiam que a figura masculina tinha superioridade em relação à feminina. Foi condenada em 1637 ao banimento, pois as suas ideias não foram bem vistas na época.

Outro exemplo é o de Olympe de Gouges, escritora do século XVIII, pela defesa dos direitos revolucionários sentiu-se profundamente dececionada ao perceber que estes não incluíam qualquer preocupação em relação à situação pública da mulher na sociedade, decide publicar um texto intitulado “Os direitos da Mulher e da Cidadã”, onde propôs que a mulher deveria ser inserida na vida pública e civil em condição de igualdade com os homens tanto em deveres quanto de direitos. Foi guilhotinada em 3 de novembro de 1793 e a sentença que lhe foi imposta acusava-a de “ter querido ser um homem de estado e ter esquecido as virtudes próprias do seu sexo” (Alves & Pitanguy, 1991).

A partir do século XIX, figuras como Emmeline Pankhurst (Figura 3), mais conhecida por ser a líder do movimento sufragista na Grã-Bretanha e por fundar a União Política e Social das Mulheres (WSPU), Christabel Pankhurst (Figura 4), responsável pela publicação do jornal *The Suffragette*, Millicent Fawcett, conhecida como uma sufragista moderada fundamental para a conquista do voto da mulher (Cullen, 2020), Selina Martin, uma das sufragistas a ser presa pelo protesto realizado durante a reunião com a presença do primeiro- ministro Herbert Asquith, ou Charlotte Marsh (Figura 5), considerada como uma das primeiras mulheres a ser forçada a comer enquanto estava presa, marcaram a história pelos seus contributos e pela sua resistência (Perraudin, 2018).



Figura 3\_ Sufragette Emmeline Pankhurst a discursar, c.1908

(Fonte: <https://www.npg.org.uk/collections/search/portrait/mw143832/Emmeline-Pankhurst-addressing-a-crowd-in-Trafalgar-Square?LinkID=mp03440&role=sit&rNo=4>)



Figura 4\_ Christabel e Sylvia Pankhurst com a sua mãe Emmeline na estação de Waterloo, c.1911

(Fonte: <https://collections.museumoflondon.org.uk/online/object/292358.html>)



Figura 5\_ Charlotte Marsh, sufragista, c.1910

(Fonte: <https://collections.museumoflondon.org.uk/online/object/437266.html>)

O feminismo estabeleceu-se como um movimento humanizador, muitas vezes ignorado historicamente, mas que assumiu um caráter plural e heterogêneo a partir do seu surgimento. Através das lutas travadas nos séculos anteriores, as mulheres atualmente têm acesso a direitos conquistados com muito esforço e dedicação de exemplos que marcaram a história ao impor a sua opinião e ao reivindicar a sua posição sobre assuntos em que antes completamente ignoradas. Por causa desta bravura e de mulheres extraordinárias que estavam à frente do seu tempo que tinham a coragem de desafiar o que lhes foi socialmente imposto, existiu uma mudança na vida de muitas pessoas que nem sabem da sua existência ou da sua luta para que hoje, algo tão simples como a possibilidade de votar numa eleição seja possível. Na contemporaneidade, os movimentos feministas e das mulheres, organizaram-se de tal maneira que conseguiram alterar a situação de discriminação existente, sendo considerados como os precursores dos enormes avanços que existiram na melhoria de vida da mulher (Maders & Angelin, 2013).

## 1.4. Desigualdade de Género

A diferenciação e representação da figura masculina e feminina e dos seus respetivos papéis, têm sido impostas desde as primeiras sociedades estabelecidas. O homem, usado como um modelo para a humanidade, foi uma figura presente nas esferas da vida social, forçando a subordinação e adaptação feminina às normas masculinas contrastando com a mulher que apesar de ser considerada como inserida no contexto de desenvolvimento da raça humana, foi afetada tanto pelos processos históricos, como também políticos e económicos, sendo forçada a interpretar papéis e graus de importância diferenciados em contraste com os do homem ao longo do tempo (Silva, 2015).

Nesta realidade estava presente uma das questões que mais contribuiu para a compreensão das desigualdades vivenciadas pela mulher ao longo da história, a construção social, presente nas relações de género estabelecidas, foi um dos veículos para a conceção da discrepância existente, contrastando com a convicção de que as posições hierarquicamente estabelecidas entre homens e mulheres continuavam a ser consolidadas simplesmente pela sua diferença sexual (Santos, 2012).

Uma dessas discrepâncias constatada nas relações de género estabelecidas e considerada como fundamental para a compreensão da desigualdade praticada foi o conceito de poder e a sua imposição. Podendo ser exercido de diversas maneiras e em diferentes domínios como o género, a classe social, a origem ou até a sexualidade, foi transferido não só pelas hierarquias instituídas como por atos de violência e discriminação muitas vezes revelados de maneira subtil e quase impercetível. Enquanto a figura do homem foi tradicionalmente ligada ao poder político e de Estado, ao poder das decisões e do espaço público, a mulher apenas exercia um poder caracterizado como informal ligado à vida doméstica e com pouca influência (Henrique & Nogueira, 2017), passando a ter uma pequena participação nos diversos contextos e cenários, nuns de uma forma mais acentuada e noutros de uma maneira mais contida (Silva, 2015).

O papel desempenhado pela mulher no princípio foi maioritariamente restrito ao seio familiar e às suas tarefas domésticas, existindo poucos relatos sobre a sua real participação noutras atividades, sendo referido o exemplo das famílias primitivas romanas, onde a mulher teria uma nítida inferioridade em relação ao homem, pois só poderia desempenhar alguma função após a celebração sagrada do seu casamento, onde negaria os deuses do seu pai passando a venerar os do seu esposo. Existindo uma dependência da figura do pai ou do esposo, a mulher não tinha direito a possuir qualquer tipo de propriedade ou herança, podendo apenas receber dotes oferecidos pelos seus irmãos herdeiros (Sousa, Saraiva & Fernandes, 2012).

A fidelidade da mulher com o seu marido foi outra das desigualdades que a mesma enfrentava, pois, as relações extraconjugais presentes na sociedade romana, praticadas pelos homens não ficavam mal vistas pela sociedade da época, sendo consideradas como uma ação natural, mas a mulher que fosse adúltera poderia ser severamente punida, podendo o marido exercer o direito de tirar a vida da sua esposa, com apenas suspeitas de adultério. Também continuava presente a realidade de que a mulher deveria ser virgem antes do casamento, pois se não fosse o caso, ao marido seria concedida a permissão de desfazê-lo (Sousa, Saraiva & Fernandes, 2012).

O trabalho que a mulher poderia ser exercer continuava sempre ligado ao dever familiar, com funções que assegurassem a continuação da organização do lar e, também a obediência por parte dos seus serviçais quando o marido não estava presente. Em oposição, as mulheres pertencentes a uma classe mais baixa como as camponesas, deveriam acompanhar e ajudar os seus esposos no trabalho da terra demonstrando obediência e submissão, estando a figura da mesma sempre associada à noção do seu trabalho ser apenas reprodutivo, pois o trabalho produtivo poderia prejudicar as suas obrigações maternas. A mulher sofria com ações que promoviam a supremacia masculina, manifestadas através de legislações, das ideologias criadas e dos costumes concebidos, muitas vezes levando a humilhações e à prática da escravidão sexual presente em diferentes classes sociais, a mesma continuava a ser tratada como objeto de submissão dependente e subjugado, e que poderia ser transferido do seu pai para o seu cônjuge (Silva, 2015).

O acesso à educação foi uma propósito e ambição negado à mulher, sendo apenas conquistado séculos mais tarde, não lhe foi permitido adquirir qualquer tipo de conhecimento académico, pois o seu foco deveria ser no seio familiar e na criação dos filhos. Na educação, a mulher tinha uma participação bastante limitada ao longo da história, sofrendo com a discriminação dominada não só pela figura do homem como por crenças culturais e religiosas sobre a inteligência e habilidade feminina (Portugal, 2014).

Do período da antiguidade até à época medieval, a educação foi apenas permitida a mulheres que fizessem parte da realeza ou de famílias de origem nobre, sendo poucas as que seriam alfabetizadas. As famílias que detinham uma maior influência, poder e riqueza, poderiam oferecer melhores hipóteses de receber educação, mas foram experiências limitadas em comparação com as possibilidades à disposição dos seus equivalentes masculinos. Foi dentro das muralhas dos castelos, nos conventos e nos mosteiros que a mulher de origem nobre ou da realeza, muitas vezes através de tutores particulares, recebia lições rudimentares de leitura e de escrita. A Igreja primitiva continuava a ser contra a coeducação e mistura entre homens e mulheres, e por sua vez estas escolas da igreja catedral eventualmente tornavam-se em universidades significativas, onde menos oportunidades

educacionais foram oferecidas às mulheres, uma vez que a sua frequência foi proibida (Portugal, 2014).

A discussão da desigualdade teve um maior impacto com o acontecimento da Revolução Francesa, cujo principal princípio e objetivo foi a conquista de igualdade, mas esta não se estendia às mulheres, pois foi apenas considerada como uma questão jurídica e não socioeconómica. A revolução não contribuiu de forma significativa para que os direitos legais, jurídicos, políticos e sociais de homens e mulheres fossem equiparados, pelo contrário, o pensamento da igualdade de direitos não se modificou para diretrizes sociais que fizessem a diferença e que reconhecessem a igualdade de condições pretendida para ambos os sexos, sendo que “ (...) foram necessários quase dois séculos para que as normas sociais resultantes da Revolução Francesa conferissem igualdade de direitos a homens e mulheres, não tendo mais lugar o modelo do sexo único surgido na antiguidade greco-romana”(Silva, 2010, p. 558).

Estes direitos começaram apenas a ser debatidos com a manifestação de alguns movimentos sociais que solicitavam a defesa e ampliação dos mesmos, como o caso do movimento de luta da mulher, que intercedia pela libertação social feminina da mentalidade produzida pela cultura machista que vinha sendo praticada durante séculos, lutando pela conquista do espaço da mulher e pela sua igualdade a nível económico e político, como também pela sua liberdade, definindo a emancipação como uma forma de equiparar os direitos jurídicos, políticos e económicos em relação ao homem de maneira a que esta liberdade fosse reconhecida como uma forma de progresso e de diferença, salientando as situações que contribuíam para a disparidade presente (Bragança & Guedes, 2010).

Apresentando a conceção de “género”, o movimento feminista, começou por debater os fundamentos que constituíam o sistema “patriarcal-capitalista” da mesma forma que questionava e refutava as ideologias e normas estabelecidas pelas três principais instituições, a família, o Estado e a igreja, que foram as principais autoridades estabelecedoras do papel que a mulher deveria respeitar (Silva, 2015).

Com a constante luta para o melhoramento das suas condições de vida e de trabalho, a mulher foi presenciando algumas transformações que ao longo do tempo começaram a ser desencadeadas de forma mais acelerada, como por exemplo, o aparecimento da pílula anticoncepcional e a realização de alterações nos contratos matrimoniais anteriormente estabelecidos. Estas mudanças contribuíram de forma ativa para a saída da mulher do ambiente doméstico em que estava inserida para começar a ser inserida no espaço público, onde o acesso anteriormente lhe foi negado. Partindo do questionamento dos princípios das estruturas dominantes estabelecidas, a família, a Igreja, a escola e o Estado, até à sua

entrada no mercado de trabalho e ao acesso ao direito de educação e formação universitária, foram também em busca de melhores condições de trabalho. A partir dos anos 70, a participação da mulher a nível económico foi intensificada com a expansão da economia através dos processos de industrialização e urbanização existentes na época, mas foi no início da década de 80 e 90, que a tendência da sua participação no mercado de trabalho registou um aumento significativo (Guglielmo, 2006).

Apesar desta participação ter aumentado, a inserção da mulher trabalhadora continua nos espaços formal e informal, a ser maioritariamente em áreas caracterizadas pela precarização e vulnerabilidade, estando pouco protegida pela legislação do trabalho, quanto pelas organizações sindicais responsáveis, sendo muitas vezes usada como um instrumento para desrespeitar as normas de emprego instituídas para a classe trabalhadora (Nogueira, 2004).

## **1.5. Género e o Mercado de Trabalho**

A mulher enquanto vista como um ser dependente de outro pelas normas da sociedade, decidiu que só conseguiria ser completamente independente quando pudesse ter um trabalho de forma assim conseguir estabilidade, com esse alcançado, começou a perceber que as funções de trabalho e salário pagos continuavam a ser completamente desiguais. A mulher sentia-se prejudicada por não receber tanto como um homem recebia, começando a entender que existia uma desigualdade que não seria merecida.

Segundo Probst (2007), no artigo “A evolução da mulher no mercado de trabalho”, a posição da mulher no mercado iniciou-se com a I e II Guerras Mundiais, quando os homens passaram a participar ativamente na guerra, as mulheres começaram a ter de assumir os negócios de família e ocupar posições que ficaram desocupadas no mercado de trabalho, pois muitos dos soldados que lutaram pelo seu país, faleceram no campo de batalha, ficaram mutilados e inválidos ou com falta das condições necessárias para trabalhar. Foi por causa deste acontecimento que a mulher sentiu a obrigação de deixar a tarefa de cuidar dos filhos e da casa para ocupar os projetos e cargos de trabalho que anteriormente foram realizados pelos seus cônjuges.

Como referem Pereira, Santos e Borges (2005) no seu artigo intitulado de “A mulher no mercado de trabalho”, a inserção no mercado foi acompanhada por uma discriminação presente de forma qualitativa, nas ocupações que foram criadas tanto a nível do setor formal

e do informal, como na questão da desigualdade de remuneração monetária. O número de mulheres ativas a nível económico foi aumentando consideravelmente devido aos movimentos políticos e sociais que decorreram durante os anos 60 e 70. Este acontecimento sucedeu-se graças à mudança a nível de padrões culturais, que impulsionou as mulheres a querer estudar e ganhar mais conhecimento para entrar no mercado de trabalho de uma forma consistente. Foi também nesta altura que a mulher começou a estar presente e a inserir-se na universidade, rompendo os padrões sociais que definiam o casamento e o desejo de maternidade como a primeira etapa a ser cumprida no planeamento da sua vida.

Para Pereira et al. (2005), “as regras do início do século XX diziam que a mulher deveria trabalhar fora do lar, e que o marido seria o provedor da casa. As mulheres menos favorecidas financeiramente ou as que haviam perdido o marido partiam para atividades pouco valorizadas e discriminadas pela sociedade” (p.1).

Já Guglielmo (2006), afirma que a partir de 1970, a participação da mulher intensificou-se na atividade económica, nomeadamente com a expansão da economia e com o processo de industrialização e urbanização. Nos anos 80 e 90, apesar de existirem alguns contratempos, como o caso da estagnação da economia e o dos baixos investimentos e da terceirização da mesma, a tendência do aumento da participação da mulher no mercado de trabalho continuou. Foi também nesta altura que o perfil das trabalhadoras sofreu algumas mudanças notáveis como o perfil etário, o estado civil e a escolaridade.

“(…) nos anos 70 as trabalhadoras eram na sua maioria jovens, solteiras e pouco escolarizadas, enquanto na década de 80 era a vez das mulheres com idade acima de 25 anos, chefes e cônjuges, com níveis mais elevados de instrução e com nível de renda não muito baixo. Em decorrência do estreitamento do mercado de trabalho para jovens e do aumento da participação da mulher adulta na atividade económica, a força de trabalho, nos anos 90 assumiu traços diferentes, ficando mais adulta e com uma parcela feminina maior”. (Guglielmo, 2006, p. 2)

De acordo com Hirata (2006), a origem do problema sobre as desigualdades salariais existentes nasceu com o trabalho manual e repetitivo, atribuído predominantemente às mulheres, ao contrário do trabalho considerado como dotado de atributos e conhecimentos técnicos destinados aos homens. Além destes pontos, também afirma que a situação no mercado de trabalho é marcada pela precarização, por uma maior informalidade, pela redução salarial, pela falta de perspectiva de promoções na sua carreira profissional e pela restrição muitas vezes presente na política de formação a nível profissional, mesmo quando estável (Guglielmo, 2006).

A autora Probst (2007) declara ainda que as mulheres sofrem mais pressão que os homens na sua carreira uma vez que têm de lidar com um nível de stress mais elevado devido às suas funções dentro e fora do trabalho, juntamente com a ideia da execução das tarefas domésticas com a mesma intensidade da realização das suas funções profissionais. Apesar de atualmente existirem famílias com a divisão de tarefas estabelecida, o homem prossegue sem deter a mesma energia que é obrigatória para a mulher ao realizar esses deveres.

“Vários estudos comprovam que as mulheres recebem menores salários, mesmo possuindo iguais características, como a escolaridade. Embora se tenha verificado mudanças importantes no mundo do trabalho, a questão da discriminação da mulher no mercado de trabalho permanece, pois, os homens continuam ocupando os mais altos cargos e ganhando os maiores salários”(Pereira et al., 2005, p. 3).

No que diz respeito às desigualdades existentes, estas surgem quando os indivíduos com a mesma formação académica e experiência profissional tem postos de trabalho na mesma organização e, recebem na maioria vencimentos distintos, podendo então ser compreendidas as características pessoais, como exemplo o sexo do indivíduo. No caso da discriminação salarial referente ao género pode se constatar uma pequena diminuição existente nos salários das mulheres em comparação com o de um homem, sendo este contraste pouco provável que desapareça (Jesus & Ponte, 2018).

A questão de discriminação salarial presente até aos dias atuais pode ser comprovada pelos salários das mulheres em 1991 que continuavam a ser inferiores aos dos homens numa soma de vinte e sete pontos percentuais. Com a evolução do nível de escolaridade e integração no mercado de trabalho pelo sexo feminino, desde o ano de 1991 em comparação com o ano de 2017, o “hiato salarial” teve uma redução de onze pontos percentuais, sendo que ao ser realizado o cálculo do “hiato salarial”, a indicação de uma aproximação dos salários entre homens e mulheres, deixa de poder ser verificado, conseguindo ser registado ainda no ano de 2017, o “hiato salarial” de dezanove pontos percentuais, chegando a conclusão que nos últimos 26 anos não existe qualquer indício de que a discriminação de género presente na formação dos salários em Portugal, tenha sofrido alguma atenuação (Rebelo, 2020).

Jesus e Ponte (2018, p. 23) referem ainda as desigualdades que a mulher sofre na entrada no mercado de trabalho, desde ser considerada como inexperiente e com menor disponibilidade de horas semanais para executar o seu trabalho, como no caso da licença de

maternidade e baixas para a assistência à sua família, entre outras. Por estes motivos, as mulheres começam a executar funções em regime part-time, turnos, ou posições temporárias e, como estes trabalhos são de cariz precário, estão mais sujeitas a baixos rendimentos, poucos benefícios e a baixa segurança. Contrariamente, os homens têm mais facilidade em conseguir empregos fixos, realizar horas extras e ser compensados por bónus ou comissões.

Apesar deste tipo de discriminação ainda estar presente e envolvendo a mulher, a autora Araújo (2010), alude que mesmo com a desvalorização existente no mercado de trabalho, a figura da mulher continuou a persistir em receber mais educação, dando o exemplo das mulheres portuguesas nos anos 2000 que marcavam a sua presença em estudos relativamente avançados no ensino superior como os doutoramentos e mestrados. A desvalorização presente não só na sociedade em geral, tem vindo a consagrar o esforço e empenho das mulheres na aquisição de mais qualificações e competências. Apesar do mundo da mulher ter passado por grandes mudanças e transformações, só apenas nos últimos 30 anos foi possível conquistar o nível de liberdade que é usufruído na atualidade. Com o seu nível educacional mais elevado e a redução dos integrantes por família, além das necessidades económicas, a mulher passou a contribuir para o orçamento familiar de forma mais ativa. Todos estes fatores contribuíram para a mesma ser considerada um dos elementos fundamentais quando se trata do desenvolvimento das nações (Pereira et al., 2005).

Segundo o estudo realizado pela firma Mckinsey sobre as mulheres no local de trabalho, a mulher continua atualmente a estar sub-representada em vários níveis, sendo que esta sub-representação nos cargos de alto nível, não se deve pela falta de ensino ou pelas taxas de evasão. Apesar da existência de uma comparação extrema entre o homem e a mulher no mercado de trabalho, ao contrário dos homens, as mulheres têm menos possibilidade de serem contratadas para vagas de empregos de nível básico, mesmo que no momento possuam mais diplomas de licenciatura e tenham a mesma taxa de evasão (Schooley, 2019).

Em Portugal, a disparidade salarial entre homens e mulheres conforme os dados da Eurostat em 2017, tinha a percentagem de 16,3%, um valor superior à média existente na União Europeia que rondava os 16%. Outros dados oficiais referentes ao ano de 2017, apontam a diminuição da diferença salarial, sendo a renumeração mensal de 14,93% e o ganho médio mensal correspondente a 18,26% (CITE, 2019). A proporção de mulheres presente em cargos de poder e tomada de decisão na atualidade é de 34%, em contrapartida, a média dos outros países ronda os 27%, já o valor de mulheres a ocupar vagas de profissões

altamente qualificadas é de 51%, enquanto nos restantes países a percentagem equivale a 43%. No nosso país, relativamente à alta participação das mulheres no mercado de trabalho existe uma diferença de nove pontos percentuais em comparação com os homens, ao contrário do resto dos países que é de catorze pontos percentuais (Cig, 2020).

O retrato do trabalho feminino no nosso país é marcado pela dissemelhança do nível de escolaridade, pois atualmente as mulheres possuem um grau de escolaridade igual ou superior ao dos seus colegas, porém a situação atual no setor laboral é diferente. A mulher sofre com a falta de reconhecimento pelas suas capacidades e pela de falta de oportunidades na sua vida profissional apesar de ser mais instruída do que alguns homens que trabalham na mesma empresa ou organização (Reis, 2021).

Segundo Casaca (2013), o pequeno crescimento do emprego feminino em Portugal tem sido assinalado particularmente em vários setores, onde os baixos salários prevalecem em profissões que requisitam poucas qualificações ou que são vistas como indiferenciadas.

“Nota-se uma concentração acentuada de mulheres nas profissões menos valorizadas socialmente, apesar das mudanças em curso e do acesso de um grupo (restrito) a profissões mais qualificadas e até de enquadramento. O facto, porém, de homens e mulheres exercerem as mesmas profissões não exhibe, linearmente, uma situação de igualdade; com efeito, as funções que exercem, as especializações e os níveis hierárquicos remetem frequentemente para estatutos diferenciados, salários e condições de emprego desiguais” (Casaca, 2013, p. 36).

Com o aparecimento da pandemia em 2020, houve um retrocesso no progresso sobre a igualdade de género realizado até à altura. A pandemia agravou não só as disparidades entre homens e mulheres já existentes com consequências para os próximos anos, mas as mulheres também foram as que mais sofreram com os efeitos causados pelo confinamento e quarentena (Guterres, 2020). Em outubro de 2020, a taxa de desemprego português fixou o valor de 7,5%, sendo que no caso dos homens a percentagem foi de 7,2%, e no caso das mulheres, de 7,8% (Fernandes, 2020).

Na atualidade, a mulher continua a estar representada de forma desproporcional em empregos mal remunerados e sem benefícios, como o exemplo das trabalhadoras domésticas, das trabalhadoras temporárias ou das vendedoras ambulantes, e a exercer funções em serviços de pequena escala. A organização Internacional do Trabalho estima que cerca de 200 milhões de empregos serão eliminados só nos próximos três meses, e alguns destes empregos estão inseridos nos setores anteriormente referidos (Guterres, 2020).

A maioria das lacunas e desigualdades profissionais de género existentes atualmente são na área da maternidade, pois as mulheres sem filhos estão muito mais próximas da paridade com o homem, em salários e promoções. Ao mesmo tempo, as trabalhadoras que são mães sofrem uma grande penalidade na sua carreira profissional por terem de assumir as responsabilidades de cuidar dos filhos e da família. Além de que, os locais de trabalho regularmente tentam penalizar as mulheres que optam por trabalhar menos horas do suposto, ou necessitam de mais flexibilidade. No mundo inteiro devido à pandemia, as mulheres trabalhadoras estão a ter de fazer escolhas difíceis entre a sua vida profissional e pessoal ao mesmo tempo que lidam com a possibilidade de serem despedidas do seu emprego (Taub, 2020).

Para Pavlou (2021), as mulheres no seu local de trabalho nos dias atuais deveriam ser vistas de forma igualitária em comparação com os seus colegas homens, não se tratando apenas da representação por si só ou de atingimento do equilíbrio de género em forma numérica, mas trazer equilíbrio de género nas variadas funções de liderança, no processo de decisão e na área estratégica de negócios.

## **1.6. Direitos da Mulher**

O tratamento desigual dirigido pela sociedade à figura da mulher foi criando ao longo do tempo, um descontentamento que mais tarde viria a originar uma revolução pela desvalorização da mulher e pelas condições que lhe foram negadas. A luta de vários movimentos que defendiam a ideia de igualdade e posse de direitos, não só a nível pessoal como profissional, fez com que ao longo do tempo, as mulheres começassem a contestar o seu modo de vida e a lutar pela conquista de diversas oportunidades a nível profissional. Foi através deste combate pelos seus ideais, que alguns grupos se começaram a destacar marcando a história com as suas manifestações e protestos, que chamavam a atenção para a disparidade de tratamento que existia em relação às mulheres.

No artigo “A evolução dos direitos da mulher”, as autoras Gitahy e Matos (2007) afirmam que anteriormente, apenas as mulheres que se submetiam à autoridade masculina foram consideradas com respeito, sendo muitas vezes discriminadas e maltratadas por não cumprirem as ideias que lhes seriam impostas. Em relação a essas ideias e conceitos, que se notavam no século passado, ocorreram diversas modificações nos diplomas legais, no sentido de legitimar a mulher como cidadã, detentora de direitos e capaz de exercê-los. Podemos também notar a transformação da sociedade nos inúmeros documentos de âmbito

internacional que passam a reconhecer os direitos da mulher. Mas foi também na era do capitalismo moderno que as mulheres tiveram de enfrentar inúmeros obstáculos, sendo este setor bastante sacrificado pela sociedade, pois foi nesta altura que surgiram e cresceram as profissões denominadas de femininas, consideradas como pouco valorizadas e com pouco prestígio, pois não existia nenhuma lei que valorizasse estas posições de trabalho.

Os primeiros casos de luta foram realizados em Inglaterra pelas mulheres consideradas como feministas, que se organizaram para lutar pelos seus direitos. Já nos Estados Unidos, as revoluções foram feitas através de protestos, nos quais queimavam os seus sutiãs para simbolizar o fim da força da organização social que foi considerada como uma prisão para a figura da mulher (Gitahy & Matos, 2007).

O outro caso de luta pelos seus direitos, segundo as autoras Alves e Pitanguy (1991), no seu livro “O que é o feminismo”, foi o movimento sufragista que foi caracterizado por duas frentes de luta do operariado, a luta por melhores condições de trabalho, condições de higiene e a luta pelos direitos da cidadania. O sufragismo iniciou-se em 1848, nos Estados Unidos, e denunciava a exclusão da mulher da esfera pública, num momento em que existiu uma expansão no conceito liberal de cidadania abrangendo homens negros e destituídos de renda. As autoras mencionam ainda que “se o movimento sufragista não se confunde com o feminismo ele foi, no entanto, um movimento feminista, por denunciar a exclusão da mulher da possibilidade de participação nas decisões públicas” (Alves e Pitanguy, 1991, p. 24).



Figura 6 \_sufrajettes em manifestação, c.1928

(Fonte: <https://www.theguardian.com/teacher-network/2015/jun/22/how-to-teach-the-suffragettes>)

Através da interrupção de comícios eleitorais, as sufragistas questionavam os candidatos ali presentes sobre se dariam o direito de votar à mulher, sendo presas por desordem pública, consideradas como presas comuns começando assim uma série de prisões e greves de fome como uma forma mais visível e radical de protestos. Posto isto, o movimento sufragista foi dividido em duas partes que lutavam com diferentes táticas, as pacifistas e as *sufrajettes*, como é possível constatar na imagem (Figura 6). O que estas mulheres queriam reivindicar foi apenas o seu direito, defendido pelos ideais liberais, mas recusado na prática, por um governo que considerava defender estas convicções. Só conseguiram ter sucesso nas suas reivindicações em 1928, seis décadas depois de a luta ter começado (Alves & Pitanguy, 1991).

O movimento sufragista foi constituído por diversas líderes, mulheres que representavam os ideais do movimento e lutavam para que a luta continuasse chegando a ser presas, torturadas, mortas e a realizar greves de fome como forma de protesto. Um dos exemplos mais marcantes da luta deste movimento foi o de Emily Wilding Davison (Figura 7), a sufragista que em 1913, se colocou à frente do cavalo do rei da Inglaterra durante um dos eventos sociais que chamava mais a atenção do público e da imprensa, o Derby. A sufragista acabou por falecer no local do evento (Ferreira, 2015).



Figura 7\_ Sufragista Emily Wilding Davison, c.1908

(Fonte: <https://www.museumoflondon.org.uk/discover/malignant-suffragette-remembering-emily-wilding-davison>)

As autoras Alves e Pitanguy (1991) mencionam ainda que “se o movimento sufragista não se confunde com o feminismo ele foi, no entanto, um movimento feminista, por denunciar a exclusão da mulher da possibilidade de participação nas decisões públicas”( p. 24).

No artigo “Cidadania e feminismo no reconhecimento dos direitos humanos das mulheres”, as autoras Prá e Epping (2012), declaram que existiram vários eventos que contribuíram para que várias mulheres e feministas pudessem dar a sua opinião e contribuir para que os esforços que foram realizados até à altura não fossem em vão. São referidos alguns eventos como os que se realizaram no México em 1975, Copenhaga em 1980, Beijing em 1995, que tinham como intuito enfatizar os problemas que as mulheres enfrentavam, sugerindo observações aos representantes dos governos ali presentes.

Segundo as autoras, considerada como uma das mais importantes, a Convenção sobre a Eliminação de todas as Formas de Discriminação contra a Mulher, adotada em 1979, pela Assembleia Geral da ONU, determinou o que seria considerado como discriminação contra a mulher e apresentou várias ações para acabar com a mesma (Prá & Epping, 2012). A convenção definiu este termo com o seguinte texto, “[...] toda a distinção, exclusão ou restrição baseada no sexo e que tenha o efeito ou propósito prejudicar ou anular o reconhecimento, gozo ou exercício por mulheres, independentemente de seu estado civil, na base da igualdade entre homens e mulheres, dos direitos humanos e das liberdades fundamentais das esferas política, económica, social, cultural e civil ou em qualquer outra esfera” (United Nations, 2003, Art. 1º).

Um dos assuntos principais desta convenção foi a definição de fundamentos para designar a igualdade entre homens e mulheres garantindo a igualdade de acesso e oportunidades desde a vida política e pública até à educação, saúde e emprego. Concordando com as medidas a adotar, os Estados que participaram neste acordo, definiram também legislação e ações temporárias, com o intuito de a igualdade entre o homem e a mulher ser posta em prática o mais depressa possível (Prá & Epping, 2012).

## **1.7. Promoção de Igualdade**

A desigualdade entre a mulher e o homem continua presente em diversos setores, levando a existir uma conscientização cada vez maior da sociedade para o combate desta discriminação. Ao longo dos anos, cada vez mais países participam no combate e divulgação de medidas para a redução das diferenças existentes, e na promoção de um ambiente igualitário para ambos os sexos.

Com a criação plataforma de ação da IV conferência mundial realizada em Pequim em 1995, a perspetiva sobre o conceito de género foi sofrendo alterações significativas, propondo a adoção de ações que garantissem igualdade e justiça de género, elaborando práticas que garantissem acesso não só às estruturas de poder, como à participação e à toma de decisão sobre as mesmas. Estas medidas tinham como principal objetivo a promoção da liderança das mulheres tanto no setor público como privado, propondo a elaboração de ações de formação que encorajassem e ajudassem na qualificação para o exercício de cargos nos setores anteriormente mencionados. Encorajando a mulher a atingir o máximo do seu potencial e alcançar os seus objetivos e aspirações, o documento definido, serviria como orientação para a definição de futuras estratégias para governos, ONGS, comunidade internacional e sociedade civil adotarem (Rezende, 2017).

No artigo “Todos os 17 objetivos do desenvolvimento da ONU”, é referido a criação da agenda 2030, sendo esta constituída por dezassete objetivos sustentáveis (ODS). A agenda tem como propósito as várias dimensões do desenvolvimento sustentável, socioeconómico e ambiental e a promoção de paz, justiça e instituições eficazes.

Num dos objetivos desta lista está a igualdade de género, cujos objetivos apresentados são os seguintes: a eliminação de todas as formas de discriminação e formas de violência contra todas as mulheres e meninas nas esferas pública e privada, como por exemplo, o tráfico e exploração sexual e de outros tipos; a eliminação de todas as práticas nocivas, desde o casamento prematuro, forçado e envolvendo crianças, bem como as mutilações genitais femininas; a participação efetiva e plena das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de decisão desde na vida política, económica e pública; o acesso universal à saúde sexual e reprodutiva e aos direitos reprodutivos; a realização de reformas para que as mulheres tenham direitos iguais aos recursos económicos, assim como o acesso à propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, serviços financeiros, de herança e recursos naturais, de acordo com as leis nacionais estabelecidas; aumento do uso de tecnologias de base, particularmente as tecnologias de informação e comunicação, para promover o empoderamento das mulheres; e por último a adoção e fortalecimento de políticas sólidas e da legislação aplicável para a promoção da igualdade de género e o empoderamento de todas as mulheres e meninas em todos os níveis (ONU, 2018).

A PpDM propõe algumas medidas que complementam as ideias apresentadas anteriormente na Agenda 2030, tendo como objetivos, a promoção dos direitos humanos das mulheres e a criação de instrumentos para a exposição dos mesmos, de acordo com os objetivos da Plataforma de Ação de Pequim e da CEDAW, conceção de estratégias tanto europeias como nacionais que transmitam os ideais da agenda 2030 não só em medidas como também em políticas e na legislação, o financiamento sustentável para ações que têm em vista a concretização da igualdade e direitos entre mulheres e homens, o reconhecimento da legitimidade política das ONG enquanto representantes dos interesses e necessidades de grupos e organizações de mulheres, e o apoio político e financeiro às ONG que lutam pelos direitos da mulher (Unric, 2016).

Em Portugal, a Cruz Vermelha além de promover a igualdade de género, apela também à prevenção e eliminação da violência de género desenvolvendo projetos e estratégias que pretendem a retificação e atenuação da disparidade existente entre mulheres e homens no âmbito familiar, político, social e económico. O desenvolvimento de tais projetos como a criação de ações de formação e sensibilização para diferentes públicos, faixas etárias e áreas profissionais, gabinetes de apoio e informação à vítima de violência de

género, grupos de ajuda para as vítimas de violência de género bem como a intervenção junto dos agressores, fazem com que estas iniciativas contribuam não só para a mudança na representação dos papéis criados associado ao género e sexo do indivíduo, mas também para o empoderamento de pessoas que tenham experiência com esta desigualdade (Cruz Vermelha, s.d.).

Criada em 1976, a União de Mulheres Alternativa e Resposta (UMAR) surgiu como uma associação com o propósito de estimular a consciência feminista na sociedade portuguesa. Com a elaboração de projetos como o “Encontros em Igualdade de Género”, promove a reflexão sobre as questões associadas à desigualdade de género com ações de sensibilização e informação de temáticas como a violência doméstica, a violência no namoro, a violência na intimidade, a violência através das novas tecnologias e da publicidade, o assédio sexual, o tráfico de seres humanos, a multiculturalidade e os direitos das mulheres, a mutilação genital feminina, e o casamento forçado (Umar, s.d.).

Outro exemplo, é a associação portuguesa Corações com Coroa que tem como objetivo a defesa dos Direitos Humanos através da promoção da igualdade de género como uma das estratégias de combate mais eficazes contra a pobreza e a exclusão social. Além deste objetivo, a associação defende a contribuição para a capacitação de meninas, jovens e mulheres; a prevenção e o combate da violência doméstica; o desenvolvimento de projetos de prevenção e combate de outras violências e discriminações como por exemplo o racismo, o bullying, o cyberbullying, a homofobia ou a xenofobia; a criação de projetos para a inclusão de pessoas que se encontram em situações de vulnerabilidade social, particularmente mulheres migrantes e refugiadas; o apoio ao combate da mortalidade materna e o incentivo à parentalidade responsável; e por fim a prevenção e combate contra as distintas formas de violência com base no género, como a mutilação genital feminina, os casamentos infantis ou forçados ou a gravidez adolescente (Corações com Coroa, s.d.).

## Capítulo 2. Sexismo na Indústria da Moda

O presente capítulo explorou-se a definição do que é o sexismo, bem como as suas diferentes formas de demonstração. Irá também ser aprofundada a sua presença na indústria da moda, através de tópicos como a *objetificação* da mulher e os estereótipos associados a esta indústria.

### 2.1. O que é o sexismo?

O preconceito e manifestações de discriminação, mais propriamente relacionados com a desigualdade entre sexos e de géneros, são um dos assuntos mais discutidos e relevantes na atualidade estando presentes tanto na área profissional como pessoal, no quotidiano, muitas vezes sem ser notado.

Como anteriormente mencionado com a luta pela sua igualdade em relação ao homem, a mulher conseguiu ganhar várias conquistas quando se fala não só do mercado de trabalho como também na vida pessoal e social. Nelson (2015) refere no seu livro “Manual de preconceito, estereótipo e discriminação”, que as mulheres pertencentes aos países ocidentais rejeitaram a cidadania de segunda classe, obtendo o direito ao voto, a ter direito de propriedade, ao divórcio, à candidatura a um cargo público, a poder fazer escolhas a nível de cuidados pessoais de saúde e reprodução, usar calças, poder seguir uma escolaridade mais elevada, poder desenvolver a carreira da sua escolha e poder tomar medidas legais contra o abuso, o assédio sexual e a violação. Embora o estatuto de mulher seja diferente e variado em diferentes culturas, os esforços para resistir à opressão sexista podem ser realizados e sobretudo encontrados em todas as partes do mundo. Esta forma de opressão é considerada como um dos diferentes tipos de preconceito sofrido, o sexismo, podendo ser definido pela compreensão de avaliações negativas quanto por atos discriminatórios dirigidos às mulheres, em conformidade com a sua condição de género, manifestando-se de forma institucional ou interpessoal, sendo que a primeira forma pode propiciar o contexto cultural onde a segunda se pode integrar (Ferreira, 2004).

O sexismo é caracterizado pelas atitudes, crenças e comportamentos dos indivíduos e práticas organizacionais, institucionais e culturais que refletem avaliações negativas de indivíduos com base no seu género ou apoio de estatuto desigual de mulheres e homens (Nelson, 2015). Estas ações encontram-se presentes em dois tipos de sexismo, no institucional, associado às práticas de exclusão promovidas por diversas entidades,

organizações e comunidades que continuamente vão impondo adversidades à mulher, impedindo-a de usufruir da mesma oferta de oportunidades apresentadas ao sexo oposto em diversas situações como trabalho ou política, onde continua a existir uma diferenciação de salários e distribuição de posições e cargos atribuídos. Já o sexismo interpessoal é essencialmente relacionado com as atitudes e condutas negativas que o homem dirige à mulher na sua relação interpessoal (M. C. Ferreira, 2004).

Na atualidade, uma questão crucial tem sido a demonstração de que o sexismo existe de muitas maneiras diferentes e que pode gerar consequências mensuráveis, frequentemente escondido por atos excessivos e hostis em relação a um indivíduo, na maioria dos casos sofridos por mulheres, acontecendo de forma subtil e não considerada como uma atitude negativa. Estas ações praticadas de forma disfarçada, podem ser denominadas de sexismo ambivalente, ao contrário das atitudes extremas que indicam o sexismo hostil (Souza, 2015).

O sexo hostil é definido pelo pensamento da intolerância e preconceito contra a mulher no desempenho de qualquer tipo de papel social de poder ou decisão, não é permitido à figura da mulher tentar ascender de forma social, delimitando-a numa “hierarquia vertical”, onde deve desempenhar o papel de mãe, esposa e cuidadora de lar, enquanto o marido continua a representar o papel de líder intelectual e económico no seio familiar. Neste género de sexismo, qualquer tentativa de formar uma decisão pode ser vista como um golpe ou tomada de poder ou sinal de desrespeito. Já no sexismo benévolo, a definição existente é a de se referir a uma atitude positiva, que não aparente ser preconceituosa à figura da mulher, sendo demonstrado o “sentido paternalista” que é muitas vezes claramente evidenciado, descrevendo a mulher como um ser frágil, necessitado de atenção, mas ao mesmo tempo tem como função complementar o homem e a sua existência. Neste tipo de sexismo, atribui-se à mulher o papel da educação dos filhos e esta ideia pode culminar na conceção de que um homem precisa da figura feminina para ajudar a “amadurecer cognitivamente” (Souza, 2015).

Se no sexismo hostil pode ser observada uma manifestação de paternalismo dominador ou hostil, no sexismo benevolente pode ser vista uma evidência de um paternalismo protetor ou benevolente. Nestas duas perspetivas, o homem serve como uma figura paternal, pois na primeira a mulher é designada como um ser que necessita de controlo, e na segunda, de ser cuidada e protegida como uma criança. Além destas duas vertentes do sexismo, é indicada a existência do sexismo ambivalente, uma conceção complexa pois pode exibir condutas tanto hostis quanto benevolentes, separando as diversas figuras em diferentes grupos. De um lado, a mulher é vista além das obrigações do

seu papel, como uma figura de adoração, enquanto a mulher que procura a libertação do controlo masculino é deparada com atos ofensivos. É referido que o homem pode assumir uma postura ambivalente em relação à mesma mulher, como no caso da violência doméstica, onde age com uma atitude violenta contra a mulher quando esta atua em desacordo com o esperado, sendo este acontecimento continuado pelo período de remorso por parte do mesmo. É também de extrema importância compreender o contexto social em que o sujeito está introduzido e a sua situação no momento, pois o indivíduo pode mostrar o seu comportamento desagradável numa situação privada e ao mesmo tempo exercer uma atitude de cavalheirismo perante a sociedade numa ocasião pública. Todavia as demonstrações deste tipo de comportamento podem ser iniciadas pelo pensamento que define o sexismo benevolente (Cardoso, 2019).

Desde sempre, os estereótipos e comportamentos conotados com o sexismo são relacionados com os considerados tradicionais papéis de género que devem ser desempenhados, como o caso das tarefas domésticas e educação e cuidado das crianças, tarefas consideradas como responsabilidade da mulher. Além destas formas de comportamento apontadas como as mais tradicionais e comuns dentro dos estereótipos do sexismo, existem outros tipos que são igualmente problemáticos que são identicamente referidos, desde comentários hostis direcionados à mulher com conotação de carácter sexual indesejado, até maus-tratos gerais no ambiente de trabalho e académico que não são identificados com carácter machista, mas são vistos como incivilidade e maioritariamente são mais dirigidos à mulher do que ao homem. Mas a experiência de viver este tipo de preconceito não acontece apenas nos locais já referidos, estes atos cometidos por empregados, professores ou colegas, também podem acontecer noutros locais mais comuns como restaurantes bares e lojas, praticados por funcionários direcionados aos seus clientes, no seio familiar ou reuniões sociais, o sexismo pode também exercido por amigos e membros de família ou na rua por desconhecidos (Nelson, 2015).

Um dos estudos realizado nos últimos anos mostrou que o sexismo ainda está presente diariamente nos estabelecimentos de ensino, nomeadamente nas universidades portuguesas. Nos últimos 10 anos, apesar do discurso universitário apelar pela igualdade e inclusão, a realidade vivida pelos estudantes é marcada por ações sexistas e discriminatórias realizadas de forma subtil, existentes nas conversas de corredor, nas reuniões fechadas, nas associações de estudantes ou até nas salas de aula (Cig, 2017). Estas ações também podem ser encontradas no local de trabalho, praticadas de diversas formas irreconhecíveis, desde confundir uma colega de trabalho como mais nova do que ela realmente é, ou usar linguagem inapropriada de forma desrespeitosa intencionalmente ou não (Khurana, 2020). O sexismo realizado de forma subtil pode ser descrito como um tratamento desigual e

injusto da mulher que não é reconhecido, pois é percebido como uma normalidade (Swim, Mallett & Strangor, 2004).

O conselho da Europa, responsável por monitorizar os direitos humanos, redigiu em 2019, uma recomendação (Council of Europe, 2019), cujo objetivo seria providenciar e apelar para a atenção ao que o sexismo é e que maneiras de lutar contra o mesmo podem ser postas em prática. Neste texto o sexismo é definido como qualquer ato, gesto ou representação visual, verbal ou escrita, prática ou comportamental baseada na ideia de uma pessoa ou grupo ser considerada como inferior por causa do seu sexo, podendo ocorrer numa esfera pública ou privada, sendo online ou offline com o principal propósito de violar a dignidade ou direitos inerentes de uma pessoa ou grupo de pessoas, tendo como resultado dano físico, sexual psicológico ou socioeconómico, ou o sofrimento, criando um ambiente intimidante, hostil, degradante humilhante ou ofensivo, podendo constituir uma barreira à autonomia e plena realização dos direitos humanos para a pessoa ou grupo e também podendo manter e reforçar os estereótipos de género.

A problemática dos estereótipos de género é um dos temas mais associados aos comportamentos sexistas exercidos pela sociedade, estabelecidos como uma “(...) visão generalizada ou preconceção sobre atributos, ou características que são ou deviam ser possuídas por mulheres e homens ou os papéis que são ou deviam ser desempenhados por homens e mulheres” (Nations, 2014, p. 1 tradução própria). Este tipo de estereótipo pode ser considerado como positivo e negativo, pois ao mesmo tempo pode ser visto de forma prejudicial em situações em que o mesmo limita a capacidade da mulher ou homem de poder desenvolver as suas aptidões pessoais, as suas carreiras pessoais e as suas escolhas sobre os seus planos de vida. Os estereótipos de género são considerados como incorretos quando resultam de uma violação/violações dos direitos humanos e liberdades fundamentais (United Nations, 2014).

Quanto à questão relacionada com os estereótipos de género, é apontado o quanto os atos de sexismo podem ser considerados como humilhantes para a figura da mulher, tendo como consequência a diminuição da autoestima das mulheres, a restrição das suas escolhas e atividades, nomeadamente no local de trabalho. O comportamento sexista particularmente como discurso de ódio sexista, pode no seu extremo levar ao aumento ou incitação de atos publicamente ofensivos e ameaçadores, como abuso ou violência sexual, violação ou ações potencialmente letais. Outras consequências incluem perda de recursos, automutilação ou suicídio (Council of Europe, 2019).

“O sexismo e o comportamento sexista resultam em danos físicos, sexuais, psicológicos ou socioeconómicos e afetam diferentes setores da população de maneiras diferentes. Mulheres e meninas são desproporcionalmente afetadas por este comportamento. O sexismo e o comportamento sexista constituem uma barreira ao empoderamento e ao progresso de mulheres e meninas; a eliminação do sexismo e do comportamento sexista beneficiaria a todos: mulheres, meninas, homens e meninos”(Council of Europe, 2019, p. 12 tradução própria).

Considerados como comportamentos enraizados na sociedade atual, os estereótipos de género fortalecem as estruturas de poder social e impactam de forma negativa a distribuição de recursos entre mulheres e homens, sendo a disparidade e diferença de salários e pensões, exemplos disso. São considerados como construções sociais dos papéis rotulados como apropriados tanto para as mulheres como para os homens, sendo definidos por preconceitos culturais, costumes e tradições, até por crenças e práticas religiosas. As mulheres com coragem para desafiar o seu já determinado e imposto lugar considerado como uma demonstração do que é definido como adequado pela sociedade, são em muitos casos expostas não só ao sexismo como à misoginia. Contudo, podem também ser confrontadas com outras formas que estão interligadas ao sexismo, com base numa série de fatores que incluem a etnia, a condição de minoria, a idade, a religião, o estado de refugiado ou imigrante, o estado civil, a origem social, a identidade de género, a orientação sexual ou a sexualidade (Council of Europe, 2019).

### **2.1.1. Comportamento Sexista**

O comportamento sexista está, como anteriormente referido, particularmente ligado aos conceitos e estereótipos de género. Estes estereótipos, segundo Pinto (2018), “(...) referem-se a um conjunto de atributos que admitem, em determinado contexto histórico, serem mais característicos de cada um dos géneros, estas podem ser físicas, traços de personalidade, comportamentos, competências e disposições emocionais” (p.11-12).

É a partir da infância que este tipo de estereótipos é aprendido, pois as crianças começam a conhecer estes conceitos à medida que vão crescendo através da observação de ações e comportamentos que difundem a distinção entre os homens e as mulheres. Estas atitudes são tão normalizadas pela sociedade que podem ser entendidas pelas crianças como uma forma de perceber a sua própria identidade, principalmente em situações de interação com outras pessoas, como por exemplo, na procura de brincar com brinquedos típicos do

seu gênero ou envolver-se em brincadeiras consideradas como apropriadas para o seu gênero. A autora alude que os comportamentos de gênero podem também acabar por influenciar o modo como a criança encara o meio social onde está inserida e como ela própria se situa no mesmo (Pinto, 2018).

Para Cardoso (2019), as atitudes e estereótipos relacionados com os papéis atribuídos à mulher e ao homem, não possuem a carga moral que a imagem do homem como chefe de família detém. Uma das críticas feitas pela autora à atribuição deste papel é a perspectiva da dependência da figura da mulher pela do homem, perpetuada pela sociedade, e amparada por diversas ideias sexistas desde a atribuição das tarefas da casa à mulher até à desigualdade salarial em comparação à situação vivenciada pelo homem no mercado de trabalho.

Outro exemplo das concepções de gênero socialmente impostas é a atribuição da cor azul e da cor rosa. Desde cedo, a ideia da associação de cores com o sexo da criança foi usada como uma norma obrigatória pela sociedade.

Esta ideia começou a partir do século XIX, quando as cores pastel começaram a ser popularizadas para os bebés. As duas cores foram primeiramente escolhidas por complementarem a cor dos olhos e do cabelo do bebé. O azul foi escolhido para combinar com os olhos azuis e o cabelo loiro e o rosa para combinar com os olhos e cabelos castanhos, como se pode concluir, na época a cor azul foi atribuída à menina, pois foi vista como uma cor de delicadeza e o rosa foi atribuído ao menino, por ser uma cor mais forte. Posteriormente, a cor rosa foi designada para as meninas por ser um tom próximo ao vermelho, considerada como uma cor romântica e ligada às emoções (Michael, 2018).

A partir do final do século XIX e no início do século XX, este pensamento sofreu alterações com o aparecimento da psicologia e da questão do subconsciente onde, a ideia de como as experiências vividas na infância podem afetar a vida adulta da criança, começou a ser considerada. Nesta altura, a preocupação com a sexualidade da criança também começou a ser ponderada, sobretudo no caso dos rapazes que passaram a ser treinados como “pequenos homens”. Esta apreensão foi traduzida na implementação das atitudes realizadas pela sociedade, como o corte do cabelo dos meninos, o uso de roupas como as calças e os calções que começavam a ser vestidos numa idade mais tardia, e os vestidos brancos que seriam apenas usados nos primeiros meses de vida do bebé. A noção das cores associadas ao sexo da criança foi acontecendo de forma gradual, e só em meados dos anos 80 é que começou a ser considerada como uma regra a ser seguida, com um dos fatores para esta mudança ser o papel dos pais da criança, pois como cresceram na década de 60 e 70,

as roupas que utilizaram na sua infância foram de cores neutras o que dificultava a percepção do sexo da criança por parte de outras pessoas, e ao terem os seus filhos nos anos 80 decidiram fazer o oposto do que tinham experienciado. O outro fator apontado foi o surgimento das ecografias, através deste tipo de exames, os casais conseguiam saber o sexo do bebé e começavam a comprar as roupas de acordo com o mesmo. Estas atitudes contribuíram para que a atribuição de cores começasse a ser um dos estereótipos mais notórios na distribuição dos papéis de género (Porto, 2017).

## **2.2. Objetificação da mulher na indústria da moda**

O papel da mulher e a sua representação na sociedade tem sofrido grandes alterações nos últimos séculos. Desde a discussão pela desigualdade género e sexo, atualmente ainda presente, existem outros fatores mais subjetivos que começaram a requerer mais atenção pela forma como foram retratados. Um deles é a *objetificação* da mulher, nomeadamente do seu corpo e do modo como ele é representado, principalmente no mundo da moda. A aparência é talvez o elemento de mais importância quando se aborda este assunto, pois é o que mais define e representa as ideias de comercialização na indústria, sendo os aspetos que caracterizam um indivíduo postos de parte ou considerados com irrelevância.

A objetificação, segundo Kellie, Blake e Brooks (2019) pode ser definida como a visão de outra pessoa como um instrumento a ser usado para desígnios sexuais, a dedução da pessoa como um objeto, considerando-a menos do que um ser humano, é fundamentalmente um ato de negação de que uma pessoa pode possuir habilidades mentais e um estatuto moral. Quando se pensa noutra pessoa e como a sua mente funciona, percebe-se que é como se a mesma usasse duas dimensões, a agência mental e a experiência mental. Uma pessoa com agência mental é vista como capaz de pensar, planear ou agir de acordo com as suas intenções, enquanto um ser considerado com experiência mental é visto como capaz de sentir dor física ou emocional. Já o estatuto moral pode ser definido também por duas dimensões semelhantes e conectadas, a agência moral e paciência moral, sendo uma pessoa capacitada com agência moral, vista como capaz de cometer ou ser responsável por boas ou más ações, enquanto a capacitada com paciência moral, é entendida como capaz de sentir ou ser sensível a boas ou más ações. Para os autores Silva, Oracio, & Martins (2016), o termo associado a *objetificação* foi criado no início dos anos setenta, tendo como significado analisar um indivíduo ao mesmo nível de um objeto, sem considerar o seu estado emocional ou o seu estado psicológico.

Ainda na perspectiva de Kellie et al. (2019), “ (...) a pessoa vista com falta de agência e experiência é objetificada, embora a relação entre agência e experiência possa ser mais diádica e complexa por natureza” (p. 2 tradução própria).

Assim, a objetificação manifestada como a negação de capacidade mental e moral, pode afetar de forma negativa, a maneira de como indivíduos visados, incluindo mulheres, são vistos e tratados. Homens e mulheres não objetificam as mulheres da mesma forma, podendo fazê-lo por diferentes razões ou maneiras. A objetificação é regularmente discutida como consequência dos objetivos sexuais principalmente para os homens, embora tenha sido descoberto que não é um comportamento exclusivamente cometido só pelos mesmos, pois também pode ser realizado pelo sexo oposto, as mulheres (Kellie et al., 2019).

Segundo Holla (2018), a *objetificação*, muitas vezes é definida e interpretada como resultado da perspectiva masculina, sendo considerada pela teoria feminista primitiva como prejudicial e imoral por causa do seu efeito desumano. É apontada igualmente como uma perspectiva bastante integrada e enraizada no que diz respeito ao tema da interação social, permitindo um inquérito empírico do conceito de objetificação com algo bom ou mau. Também é referido que a mesma não é considerada como onnipresente nem unidimensional, mas que pode ocorrer em vários contextos sociais específicos sendo esta muitas vezes classificada como unidirecional, mas que pode acontecer a ambos os sexos, sendo vista de diferentes ângulos, por um lado acontecendo às mulheres feita predominantemente pelo homem, e por outro quando a mesma é executada e realizada por mulheres, é considerada como uma consequência da internalização da ótica masculina sobre o assunto.

“A objetificação sexual é a objetificação de uma pessoa. Ocorre quando uma pessoa é vista como um objeto sexual e quando os seus atributos sexuais e atratividade física são separados do resto da sua personalidade e existência como um indivíduo, e reduzida a instrumentos de prazer para outra pessoa” (Zimmerman & Dahlberg, 2008, p. 2 tradução própria).

Até ao momento, a igualdade não pôde ser alcançada apenas por mudanças a nível legal, só quando a nossa sociedade, a nossa cultura, os media, a comunidade e os indivíduos mudarem a visão que têm em relação à mulher é que existirá diferença. Noutro ponto de vista, é referida a ideia de que todos os indivíduos, têm de defender a opinião de que o homem e a mulher possuem o mesmo valor, colocando um fim às atitudes negativistas contra as mulheres e à generalização dos tipos obsoletos de estereótipos que mantêm a desigualdade e limitam ambos os sexos. Uma das principais influências no caso da

objetificação é a visão construída pela indústria da moda através dos media da imagem de uma mulher irrealista, não só na sociedade, como também no mundo.

Através da utilização de imagens consideradas como sexualizadas, os media estão com estas ações a ampliar as lacunas de género, com variados exemplos desde a revelação das tendências de moda através de campanhas publicitárias em revistas distintas, como o caso da Vogue, ou através da influência de designers bastante reconhecidos na indústria. O retrato da mulher que é feito e reproduzido pelos media é o da exposição da sua sexualidade como uma forma de exibição de um produto, acabando por contribuir para a ação de objetificar a mesma (Zimmerman & Dahlberg, 2008).

A visão e o retrato da mulher tiveram de desafiar principalmente os media, onde as representações das mulheres se circunscreviam à categoria de objetos passivos em vez dos sujeitos atuais, e onde as relações entre sexos têm invadindo o quotidiano de cada um na televisão, nos filmes, nas notícias, nas revistas e também na publicidade (Colella, 2015)

Um destes retratos está presente na campanha da marca Dolce & Gabbana realizada em 2007 (Figura 8), onde mostrava uma jovem de fato de banho presa ao chão por um homem sem camisa e com outros três a rodeá-la. A campanha foi apelidada de “o infame anúncio de violação coletivo”<sup>5</sup> pelos meios de comunicação antes mesmo de a fotografia ser divulgada, contrariamente a marca responsável da campanha defendeu o anúncio explicando que pretendia retratar um sonho erótico ou um jogo sexual (Stovel, 2019).

---

<sup>5</sup> “o infame anúncio de violação coletivo” - “The infamous gang rape ad”



Figura 7\_Campanha Dolce Gabanna, 2007

(Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/722405596453963939/>)

A questão da imagem da mulher concebida nos meios de comunicação, transmite muitas vezes os valores inadequados particularmente para certos grupos minoritários, através da publicidade, presente em televisões ou revistas, e na venda de produtos expostos ou exibidos. Mas na verdade, através deste tipo de publicidade, são transmitidos propositadamente valores, imagens, conceitos de amor, sexualidade e sucesso, aspetos que estimulam a criação de imagens idealizadas, que provavelmente definirão as características que muitos indivíduos têm desejo de ser ou gostariam de ter. É a partir desta conceção criada pelos media que as mulheres vão aprendendo desde meninas que têm de investir diversas porções de tempo, energia e dinheiro para conseguirem alcançar essa imagem de mulher ideal, muitas vezes ficando intimidadas por não conseguir chegar a esse ideal (Colella, 2015).

A cultura da moda declara e remete para as mulheres e meninas uma ficção dolorosa, pois afirma que o valor de uma pessoa está ligado ao quão sexy ela pode parecer aos olhos dos outros. Esta mentalidade faz com que as meninas aprendam desde muito jovens que a sua sexualidade não é apenas sua. Desde as revistas e os seus publicitários, aos estilistas e produtores, bem como os criadores de tendências, toda a imagem que é criada retrata a sexualidade da mulher além da sua mente, poder ou força (Zimmerman & Dahlberg, 2008).

Na década de 80, as marcas mais conhecidas internacionalmente, contratavam atrizes bastante reconhecidas do público para serem as modelos dos seus novos produtos. Uma destas marcas é a Calvin Klein, com a campanha protagonizada pela atriz Brooke Shields que modelou a nova linha de jeans criada na altura com o slogan “*Nothing comes between me and my Calvins?*” (Figura 9). Esta campanha gerou grande polémica por causa da idade de Shields, que tinha apenas 15 anos quando foi fotografada, sendo proibida em diversos canais de televisão nos Estados Unidos por ser considerada como um anúncio sensual (Carvalho, 2019).

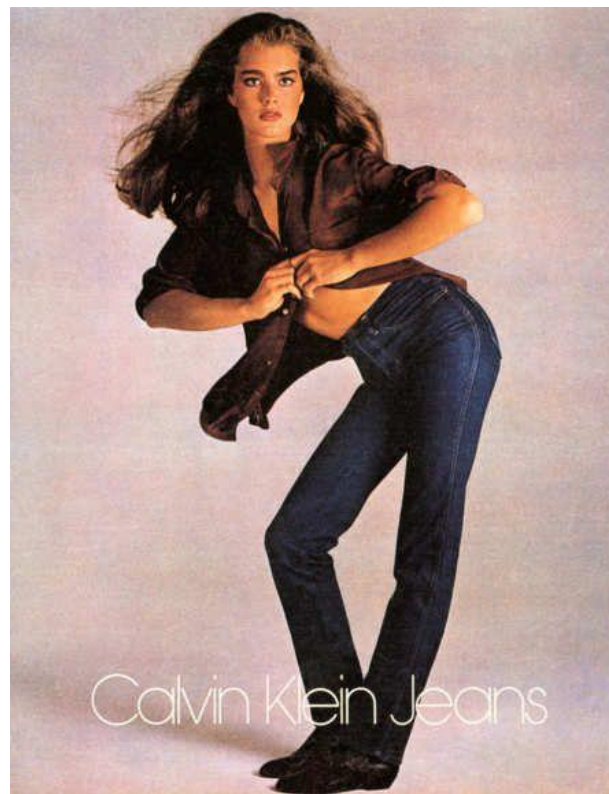


Figura 9\_Campanha Calvin Klein Jeans com Brooke Shields

(Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/310748443047216130/>)

A Calvin Klein envolveu-se em várias polémicas ao longo dos anos 80 e 90, por criar diversas publicidades protagonizadas por modelos jovens, que representavam e popularizavam a ideia do apelo sexual presente na indústria da moda. No ano de 1992, surge novamente uma controvérsia, quando a modelo Kate Moss (Figura 10) foi fotografada em topless ao lado de Mark Wahlberg, com apenas 17 anos (Carvalho, 2019).

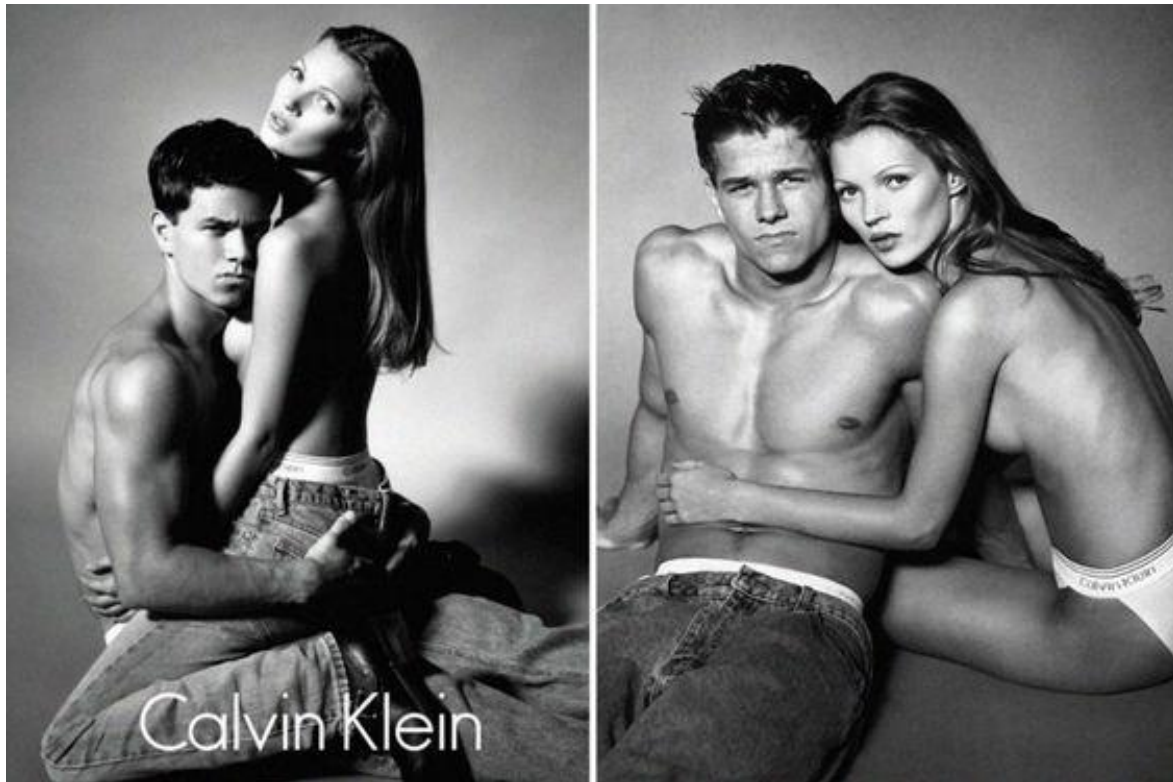


Figura 10\_Campanha Calvin Klein Jeans com Kate Moss e Mark Wahlberg, 1992

(Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/470344754840811673/>)

Outro exemplo deste tipo de *objetificação* é a sessão fotográfica de 2011 da Marc Jacobs, realizada para a campanha do perfume Lola (Figura 10). A atriz Dakota Fanning, com apenas 16 anos, fotografada por Juergen Teller, fotógrafo de moda de extrema relevância na indústria, aparece como uma homenagem ao livro *Lolita* do autor Vladimir Nabokov. A campanha classificada pela 'U.K's Advertising Standards Authority' como “sexualmente provocativa”, chegou a ser banida da Inglaterra pelo conceito que representava (Carvalho, 2019).



Figura 11\_ Campanha para o perfume Lola, Marc Jacobs, 2011

(Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/400750066812251216/>)

A imagem da mulher como símbolo de objetificação, presente nas campanhas anteriormente referidas, é uma das formas mais normalizadas da sexualização da mulher e da contribuição para as diferenças de género existentes na indústria.

### **2.3 Estereótipos no mundo da moda**

Na época moderna, segundo Akdemir (2008), a palavra estereótipo ainda é bastante mencionada, associada a referências das normas e expectativas culturais que ainda estão presentes no quotidiano, é considerado como um dos termos recorrentes na diferenciação estipulada de género ou sexo, como um reflexo de comportamentos e ideais com uma conotação negativa e muitas vezes prejudicial no pensamento de uma geração, podendo levar à discriminação. Conseguindo ser definidos, como “crenças comuns e valores de grupo, cultura ou religiões, os estereótipos de género são ideias fixas sobre traços e

capacidades de homens e mulheres e de como as pessoas se deveriam comportar com base no seu género” ( p. 1).

Uma das noções mais presentes na questão de género será a da associação com a figura do homem e da mulher, desde cores que os representam até às roupas que os definem culturalmente pelo coletivo. Considerada de grande importância, a relação entre género e moda é uma temática extremamente importante, pois é através do vestuário que é representada a personalidade e identidade. Para Akdemir (2018), “as qualificações estereotipadas masculinas ou femininas não são características de personalidade de homens e mulheres individualmente, mas representações de género socialmente construídas com base no que a sociedade espera de cada sexo” (p. 260 tradução própria).

Se o vestuário pode ser usado como uma forma de comunicação pode também ser usado como uma forma de transmitir estereótipos relacionados com a época, a religião ou a sociedade, utilizados muitas vezes para a separação de poder exercido tanto pelas classes sociais como pelo género. Contudo, começaram a existir mudanças, como por exemplo, as calças para mulheres serem toleradas em desportos e outras atividades limitadas desde 1920. É ainda referido que foi também nesta época que começaram as revoluções mais importantes para o vestuário feminino, como a criação de ‘Le smoking’ de Yves Saint Laurent (Figura 11), o fenómeno das calças jeans que usavam o termo unissexo como descrição, definindo uma contraposição quanto à discriminação de género, e concebendo um símbolo da libertação do corpo e dos papeis sociais. Apontados como marcos importantes na moda, não só pela construção de estereótipos como pela desconstrução dos mesmos, criaram uma das bases dos estilos de moda da atualidade, dando mais visibilidade a certas situações sobre as questões de género e, ao mesmo tempo, apelaram à ideia da eliminação de rótulos até anteriormente criados (Akdemir, 2018).



Figura 12\_ Le smoking, Yves Saint-Laurent

(Fonte: <https://www.vogue.pt/historia-le-smoking-yves-saint-laurent>)

O design de moda desde cedo foi associado à idealização de corresponder à conceção do que define uma profissão ou carreira associada ao feminino, considerada como apenas ocupada por mulheres, pois estas compõem a maioria de designers e estudantes deste curso ou profissão. Uma conceção sarcástica presente numa indústria dominada de forma desproporcional, onde os cargos mais elevados de diversas áreas são ocupados por indivíduos, sendo que a generalidade dos consumidores é constituída por mulheres. Um dos exemplos desta constante disparidade está presente nas passarelas, onde as designers de moda continuam a fazer parte da minoria. Na semana da moda de primavera/verão do ano de 2017, o BoF realizou uma análise de todas as marcas de moda presentes nos eventos das maiores cidades e um dos resultados obtidos correspondia à realidade de que existem mais homens a criar roupa para mulheres do que designers mulheres, nos quais, na percentagem

de 371 designers que dirigiam as 313 marcas que fizeram parte da pesquisa, apenas 40,2% correspondiam a mulheres. Esta discordância está presente de diversas maneiras como em Nova York e Londres, onde as marcas mais jovens fazem parte da maioria das marcas que vão desfilarem e existe a maior proporção de mulheres, correspondendo respectivamente a 47,3% e 40,5% dos designers. Já em semanas da moda mais tradicionais como Paris e Milão, existem menos designers de moda mulheres a participar, com 37% em Paris e 31% em Milão. Noutro estudo realizado por BoF com as 50 grandes marcas de moda foi possível perceber que apenas 14% são dirigidas por mulheres (Pike, 2016).

Strokes (2015) refere que os homens que fazem parte desta profissão, publicamente assumidos como homossexuais, são canonizados e muito mais premiados do que as mulheres, e estes acontecimentos são justificados e sustentados por discursos de valor e legitimidade construindo assim uma imagem generalizada cultural considerada como ideal pelos media, sendo estas ações justificadas ou criticadas usando noções primordiais de género e diferença sexual. O indivíduo homem é também aquele que ocupa os cargos mais bem remunerados na indústria da moda, e é este o mais propenso a ser encarregado do controlo de produção e distribuição de cultura, enquanto por outro lado, uma designer mulher é obrigada à experiência de desvalorização, marginalização e exclusão no seu trabalho. Artistas, chefs ou músicos são na generalidade descritos como comprometidos, autónomos e sérios no que diz respeito ao seu trabalho, enquanto as mulheres recebem menos creditação pelos seus produtos e criações, consideradas como mais acessíveis do que artísticos.

As mulheres artistas são tratadas e definidas como menos comprometidas ou até negligentes em relação às suas obrigações domésticas, ancestralmente consideradas como deveres femininos. É recorrente que o trabalho feminino exercido na área cultural seja caracterizado como passivo ou fácil, mas quando este é desempenhado pelo homem é referido como poderoso e qualificado, sendo assim usado um critério duplo (Strokes, 2015).

A diferenciação entre sexos é um dos assuntos que atualmente constituem e mais influenciam o mercado de trabalho na indústria da moda, muitas vezes ignorado, sendo o design de moda, um dos exemplos de profissão onde ocorre esta distinção. Na atualidade, o número de CEO mulheres na área da moda é inferior ao número existente na indústria aeroespacial ou financeira, sendo que 85% dos licenciados nas escolas mais prestigiadas pertencem a este sexo, e um em cada seis empregados nesta indústria a nível global, se identifica como mulher, mas só 14% das 50 marcas de moda mais reconhecidas são dirigidas por mulheres (2018). O número de mulheres licenciadas com formação em moda continua a ser maior do que o de homens, mas no mercado de trabalho a realidade é diferente, pois a

figura da mulher continua a dirigir áreas como o chão de fábrica ou estúdios de design, enquanto o indivíduo homem tem a seu cargo a direção das casas de moda. Considerado como um negócio dominado pelo figura do homem, no qual, as mulheres continuam a gastar cerca de 226% a mais que os homens, porém são estes que detêm em larga maioria, o poder, particularmente na parte administrativa das casas de moda (Zubaviciute, 2021).

Na indústria da moda, atualmente existem cerca de 40 a 60 milhões de trabalhadores no setor de confecções e outros milhões nas áreas de abastecimento, em campos de algodão e lojas. Os trabalhadores do setor de confecções recebem pelo seu trabalho salários mais baixos, estando sujeitos a diversas violações dos direitos humanos e forçados a trabalhar horas extra, muitas vezes em condições de trabalho inseguras. Apesar de a mulher constituir a maioria dos trabalhadores têxteis, a discriminação salarial baseada no gênero continua a existir quotidianamente. De acordo com a Organização Internacional do Trabalho, depois de uma investigação feita em nove países da Ásia, a disparidade salarial média bruta existente entre homens e mulheres é de cerca de 18%. Noutro estudo realizado em 2019 sobre fábricas de vestuário situadas no Bangladesh, foi verificado que os homens conseguem alcançar mais promoções que as mulheres, avançando a nível profissional mais depressa, resultando na desigualdade salarial de gênero existente, pois a mulher continua a executar cargos de nível mais baixo. Com a grande maioria de alunos das escolas de moda a pertencer a este sexo e a constituírem 70% da totalidade da força de trabalho na indústria da moda, as mulheres continuam a ocupar menos de 25% dos cargos de liderança nas principais empresas de moda (Iglesias, Haverhals & Wée 2021).

O mundo da moda é descrito pela sua aparência, glamour e diversão, tornando-se um dos principais motivos de atração de jovens trabalhadores e também uma ocupação notoriamente difícil. Sendo uma profissão definida pela concorrência bastante intensa, onde a maioria dos lugares de emprego e estágio são ocupados por licenciados de escolas e universidades profissionais de prestígio neste ofício, considerados um “meio de sustento” específico na indústria. O trabalho de design é assim caracterizado por altas taxas de desemprego ou trabalho independente, trabalho contratual, longas horas, baixos salários iniciais e lucros incertos. Usualmente designers de alto estatuto trabalham em cargos com posições mais elevadas como pronto-a-vestir de marcas de luxo ou alta-costura, em vez de posições como design de mercado em massa de baixo custo, que oferece pouca autonomia ou visibilidade, existindo assim uma preferência em relação à ocupação de trabalho desejada. Correntemente, na indústria da moda são os homens que acabam por ocupar os cargos que possuem e controlam publicações, empresas de design e conglomerados, sendo estes casos onde estes indivíduos acabam por cumprir e desempenhar funções bastante

cobiçadas, por exemplo, as casas de alta-costura de prestígio, recebendo muitas vezes um salário mais elevado, tendo também mais reconhecimento pelo seu trabalho (Stokes, 2015).

“Estudiosos feministas há muito que argumentam que as culturas patriarcais oferecem aos homens o poder de determinar padrões estéticos de feminilidade. O alinhamento das mulheres designers com o serviço e os homens com o controlo e reflexo dessas relações de poder de longa data e estereótipos mais gerais de agência masculina e dominância, da passividade feminina e da subordinação” (Stokes, 2015, p. 11 tradução própria).

Um dos exemplos mais visíveis quanto a esta diferenciação está presente no cânone de designs de elite da Voguepedia, onde estão incluídos 106 designers homens e 51 mulheres, sendo sessenta e oito por cento, a maioria, pertencentes ao sexo masculino. Sessenta e quatro por cento dos perfis masculinos têm os seus designs descritos como obras de arte de caráter sério e complexo, tomando-se como exemplo o trabalho de Charles James, cujas criações são comparadas a pinturas desejadas por colecionadores e museus, já os designs “perversos” e “bizarros” de Gareth Pugh (Figura 13) são apresentados mais como um carnaval do que um desfile de moda, sendo a sua estética apelidada de “fashionista do espaço vampírico” (Stokes, 2015).



Figura 13\_ Gareth Pugh, Primavera 2019, Ready- to- wear

(Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/gareth-pugh/slideshow/collection#32>)

Pelo lado oposto, apenas vinte por cento dos perfis de designers do sexo oposto têm o seu trabalho descrito como arte, enquanto sessenta e cinco por cento têm as suas criações enfatizadas pela sua praticidade e orientação sendo a sua preocupação principal estritamente profissional. As poucas designers mulheres representadas artisticamente são geralmente apresentadas com a sua arte banalizada como lúdica, em vez de digna ou autêntica, ou catalogadas como formas de arte limitadas e específicas relacionadas ao género. Temos casos como Betsey Johnson (Figura 14), conhecida pelo seu cabelo arco-íris, que é apelidada como “a designer que nunca quis crescer”, já Miuccia Prada (Figura 15) e Rei Kawakubo (Figura 16) são referidas como inteligentes e intelectuais, mas o seu trabalho é retratado como ativismo feminista em vez de arte. Os designs femininos são consideravelmente valorizados e descritos pela sua praticidade, pela facilidade de uso e pela atração para os consumidores convencionais, na maioria dos exemplos (Stokes, 2015).



Figura 14\_Betsey Johnson,Primavera 2014, Ready-to- wear

(Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/betsey-johnson/slideshow/collection#1>)



Figura 15\_Prada, Outono/Inverno 2016

(Fonte: [https://www.prada.com/pt/en/pradasphere/fashion-shows/2016/fw-womenswear.html#component\\_gallery\\_mo](https://www.prada.com/pt/en/pradasphere/fashion-shows/2016/fw-womenswear.html#component_gallery_mo))



Figura 16\_ Rei Kawakubo, Comme des Garçons, Outono/Inverno 2016, Ready-to-wear  
(Fonte: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#5>)

A autora afirma ainda que “na moda, as organizações da indústria e os media estão envolvidos na consagração e legitimação de designers e produtos, construindo reputações individuais e imagens idealizadas do que um designer de moda deve ser ” (Stokes, 2015, p. 17 tradução própria).

O design de moda demonstra como o gênero e sexualidade podem-se cruzar com outras desigualdades e diferenciações que são consequências de um comportamento de discriminação enraizado no mercado de trabalho e perpetuado pelas ações e condutas da sociedade até à atualidade.

## Capítulo 3. Metodologia

A investigação da temática escolhida tem como principal objetivo contribuir para o enriquecimento do conhecimento na área selecionada, devendo ser considerada como uma investigação empírica, na qual, são feitas observações para a melhor compreensão do fenómeno a ser estudado (Hill & Hill, 2000).

Deste modo, o presente capítulo pretende explorar a temática de investigação, com base na literatura existente, através de um questionário, cujos resultados recolhidos serão aqui apresentados e analisados.

O processo de investigação da temática escolhida não é apenas um processo de aplicação de conhecimentos, pode também ser considerado como um processo de planificação e criatividade controlada (Hill & Hill, 2000). Assim sendo, o objetivo desta pesquisa é entender a perceção real do público em relação ao conceito de sexismo, e à sua importância no mercado de trabalho, nomeadamente para a mulher.

Para esse fim, a metodologia escolhida é do tipo quantitativa, materializando-se pela aplicação de um questionário, onde foram elaboradas perguntas, breves e claras, predominantemente de seleção múltipla, respondidas de forma anónima.

O questionário foi realizado de forma digital na plataforma *Google Forms*, e partilhado através de correio eletrónico destinado a um público com experiência profissional na área da indústria da moda, por se considerar que tem uma perceção e conhecimento mais informado sobre a temática escolhida.

### 3.1. Questão de Investigação

De acordo com os autores Quivy e Campenhoudt (1995), o projeto de investigação inicia-se com uma pergunta de partida, onde o investigador tenta não só enunciar o seu projeto, como também, expressar o que procura saber e compreender. Esta pergunta consiste no primeiro meio para colocar em prática uma das diversas dimensões do processo científico, a rutura dos preconceitos e das noções prévias.

Segundo Alvarenga (2012), a ideia de investigação começa de uma forma difusa dentro da área do problema, onde as perguntas gerais são aclaradas e delimitadas a

partir de outras interrogativas complementares, que possibilitam particularizar que tipo de aspetos vão ser estudados. A autora considera ainda que, este tipo de perguntas específicas deriva do problema genérico, definindo-as como *sub problemas*, que deveriam complementar-se e, ao mesmo tempo, delimitar o estudo, orientar as atividades a ser realizadas e indicar o caminho para encontrar a solução do problema exposto, que deverá ser realizado de forma clara, breve e precisa.

Como tal, para este estudo do caso, definimos como questões de partida:

- Qual a visão sobre a mulher na sociedade?
- Qual o impacto do feminismo e da emancipação feminina na evolução da figura da mulher
- Em que difere o conceito de sexismo e *objetificação*?
- Quais as disparidades existentes na indústria da moda para uma designer mulher?

Pode-se concluir que as questões de partida devem ser elaboradas de forma clara, sem confundir o questionado, e apresentar a mesma interpretação sempre que lidas pela maioria dos indivíduos.

### **3.2. Procedimentos metodológicos**

A determinação do tipo de estudo e o nível de investigação constituem uma importância fundamental no estudo realizado, pois são estas que ajudam a estabelecer as estratégias que serão utilizadas, desde a planificação, a seleção dos instrumentos para a coleta de dados, até aos procedimentos metodológicos utilizados (Alvarenga, 2012).

Os procedimentos foram aplicados ao longo do questionário realizado virtualmente que decorreu entre os dias 20 de abril e 1 de julho de 2020. No início do mesmo, foi colocada uma breve explicação sobre o objetivo principal da dissertação, bem como o propósito do questionário apresentado.

Para esta investigação, construiu-se um questionário com 17 perguntas no total, com 16 perguntas fechadas e 1 pergunta de resposta aberta, onde foi requerido ao respondente uma resposta construída e escrita pelas suas próprias palavras (Hill & Hill, 2000). As

perguntas fechadas foram constituídas por diversos tipos, como as perguntas dicotômicas e de escolha múltipla.

Pode-se observar que existiu a preocupação de elaborar um questionário com poucas questões pois considerou-se que, no momento em que foi aplicado, devido à situação de pandemia, seria o mais adequado. O número de respostas dos indivíduos que constituem a amostra foi de 30, devido também à situação anteriormente referida.

### *Questionário*

o questionário realizado na plataforma *Google Forms*, foi enviado por correio eletrónico no dia 19 de abril de 2020, e os e-mails com os questionários preenchidos foram recebidos entre 20 de abril e 1 de julho de 2020. O mesmo registou assim, um número de 30 respostas, de diversas classes etárias. É também de realçar que a maioria das respostas obtidas correspondem a trabalhadores e profissionais na área da moda.

Este questionário identifica-se como uma ferramenta para tentar perceber se os indivíduos conhecem o conceito de sexismo e se este comportamento ainda está presente na atualidade, particularmente no seu local de trabalho. Outro dos objetivos, é conhecer a perceção do questionado sobre a discriminação exercida sobre a mulher no mercado de trabalho, especificamente na indústria da moda, e quais os fatores que considera que influenciam esta realidade.

Relativamente à estrutura do questionário, as perguntas foram divididas em três partes:

- Caracterização e perfil de respondentes;
- Perceção do respondente em relação ao sexismo no trabalho;
- Conhecimento do respondente sobre a desigualdade e discriminação associadas a este comportamento;

Na primeira parte, o objetivo passou por perceber o contexto onde o indivíduo está inserido, nomeadamente a sua idade, o seu sexo, as suas habilitações literárias, a sua experiência profissional e a ocupação atual na indústria da moda, especificando qual seria o seu setor, função, e os anos de serviço na mesma. As questões apresentadas foram tanto

de escolha múltipla como dicotómicas, sendo a questão sobre o emprego ou função profissional, uma pergunta aberta.

As questões seguintes tiveram como foco, perceber tanto o seu ambiente de trabalho, como o seu conhecimento sobre o sexismo, qual a sua experiência com este comportamento, e se teria observado a concretização do mesmo. Estas questões foram maioritariamente dicotómicas, com apenas uma pergunta de múltipla escolha para complementar a pergunta sobre a experiência com preconceito ou discriminação do indivíduo em relação ao seu género ou sexo no local de trabalho, de forma a compreender o nível de frequência com que esta poderia ocorrer.

Por último, a terceira parte, abordou o conhecimento do questionado sobre o tema do sexismo em específico, com questões direcionadas à discriminação ligada a este tipo de comportamento, a sua perceção sobre a discriminação existente na indústria da moda, a desigualdade existente no mercado de trabalho, e quais os fatores que contribuem para esta situação. As perguntas nesta terceira parte, são dicotómicas e de escolha múltipla. Particularmente nas duas últimas, o questionado poderia escolher mais do que uma opção.

Todas as perguntas presentes no questionário foram executadas e criadas de forma a serem de carácter obrigatório, onde os indivíduos só poderiam responder e passar à pergunta seguinte se já tivessem preenchido as anteriores.

### *Pré-teste do Questionário*

A realização de um pré-teste teve como objetivo principal a validação do instrumento utilizado na investigação, o questionário. Através do pré-teste efetuado, foi possível fazer a identificação de erros de compreensão que poderiam ocorrer futuramente durante a aplicação do questionário final, perceber se existia alguma incoerência nas perguntas apresentadas, e também entender a necessidade de inclusão de novas perguntas para melhores resultados.

Este pré-teste foi realizado entre os dias 16 e 17 de março de 2020 tendo obtido 3 respostas. Os respondentes foram maioritariamente mulheres. Na sua maioria eram indivíduos que possuíam características semelhantes às dos respondentes da amostra da investigação realizada, de forma a poder identificar os problemas nas perguntas formuladas.

Após a realização do pré-teste, foram feitos alguns ajustes na formulação das perguntas anteriormente apresentadas para os respondentes, de forma a que houvesse uma compreensão e leitura mais clara e fácil para o indivíduo que estava a responder.

Por fim, foram acrescentadas duas perguntas para o respondente especificar o seu ambiente de trabalho e em que tipo de empresa trabalhava. Estas duas perguntas tinham como objetivo, ter uma melhor percepção sobre o trabalho do questionado para obter respostas mais características sobre o mesmo.

### *Caracterização da Amostra*

Num questionário, a amostra é considerada como o processo de selecionar uma fração representativa da população a ser estudada. Este processo acontece quando os indivíduos que compõem o universo estão em grande número. Assim, selecionasse uma amostra representativa, definida por um grupo menor que detém as características da população presente na investigação, com o propósito de generalizar as descobertas à população que está a ser estudada. É importante realçar que o subconjunto que faz parte desta amostra deve ser considerado como um reflexo real do conjunto da população (Alvarenga, 2012).

A amostra desta investigação foi constituída por 30 participantes, constituído por 27 mulheres e 3 homens, com a maioria dos questionados, cerca de 90%, a se definir como mulher e, 10%, a se definir como homem, como é possível verificar na Tabela I.

Tabela I\_ Caracterização da amostra considerando o Sexo dos respondentes

<i>Sexo</i>	<i>Número de Respostas</i>	<i>Percentagem</i>
Mulher	27	90%
Homem	3	10%
Total	30	100%

Ao analisar a Tabela II, pode se averiguar que a idade dos participantes varia entre a opção com menos de 25 anos até à última opção correspondente a 61 a 67 anos, sendo a que mais se evidenciou foi a de idades compreendidas entre os 26 e os 40 anos, com a percentagem de 43,3%. Todos os participantes possuem algum tipo de experiência profissional no setor da indústria da moda, com a maioria a trabalhar no setor privado, para

ser possível compreender melhor que tipo de conhecimento detêm sobre o conceito de sexismo, particularmente nesta área profissional.

Tabela II\_ Caracterização da amostra considerando a Idade dos respondentes

<i>Idade</i>	<i>Número de Respostas</i>	<i>Percentagem</i>
Menos ou 25	12	40%
26-40	13	43,3%
41-60	3	10%
61-67	2	6,7%
Total	30	100%

### **3.3. Resultados obtidos**

O questionário iniciou-se com uma explicação dos objetivos do mesmo, bem como da sua principal finalidade académica. A explicação foi suficientemente breve e concisa, de modo a não ocupar demasiado tempo aos inquiridos a fim de não influenciar as possíveis respostas à temática exposta.

#### *Perfil dos Respondentes*

As perguntas iniciais visaram definir a amostra. Com a primeira questão pretendeu-se analisar as faixas etárias a que os inqueridos pertencem, sendo 43,3%, a percentagem correspondente à classe etária entre os 26 aos 40 anos; 40% dos questionados pertence à classe etária com menos ou de 25 anos; 10% têm idades compreendidas entre 41 e 60 anos; e em minoria, num total de 6,7%, estão representadas as pessoas com 61 a 67 anos, como é possível verificar na imagem (Gráfico 17).

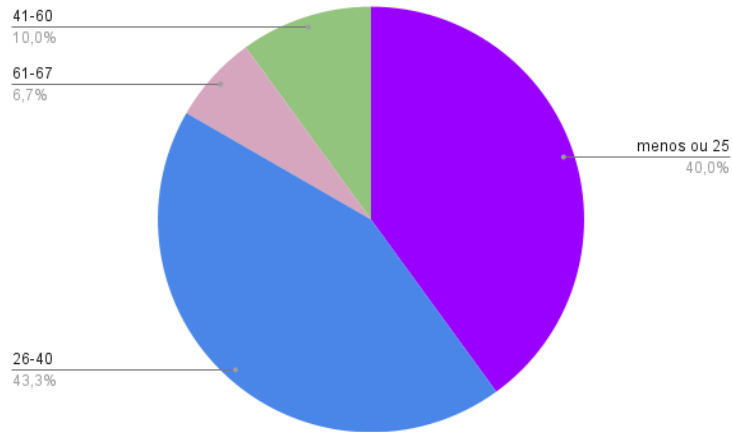


Gráfico 17\_ Gráfico correspondente à questão da “Idade”

As três questões seguintes tinham como objetivo perceber o sexo, as habilitações literárias do questionado e a sua ocupação profissional. A amostra reuniu um número consideravelmente maior de participantes mulheres, sendo a percentagem correspondente de 90%, e no caso dos homens, de 10% (Gráfico 18).

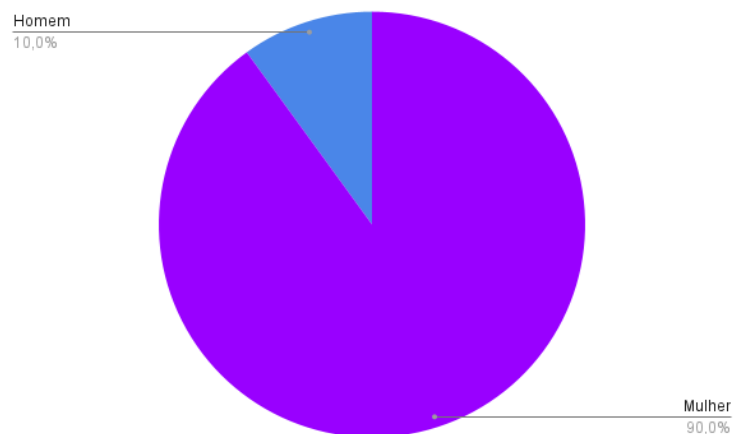


Gráfico 18\_ Gráfico correspondente à questão “Sexo”

No caso das habilitações literárias, com opções desde o ensino básico, começando com o 6º ano ou equivalente (6,7%), 9º ano ou equivalente (30%), até ao pós-secundário ou ensino superior, a maioria das respostas obtidas correspondeu à última opção com 63,3% (Gráfico 19). Posteriormente, a pergunta quatro visava aferir a experiência profissional adquirida até à altura na indústria da moda, como se pode visualizar na imagem (Gráfico 20), o maior número de indivíduos corresponde a trabalhadores nesta indústria.

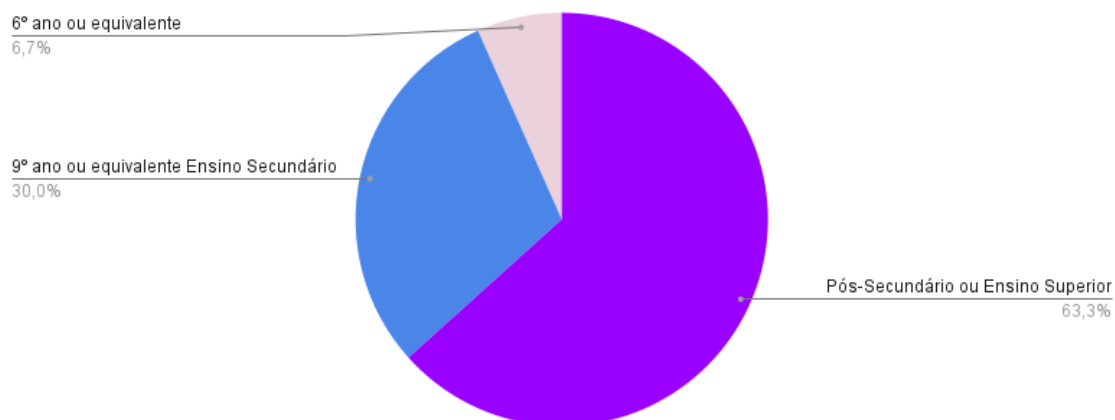


Gráfico 19\_ Gráfico correspondente à questão “Habilitações Literárias”

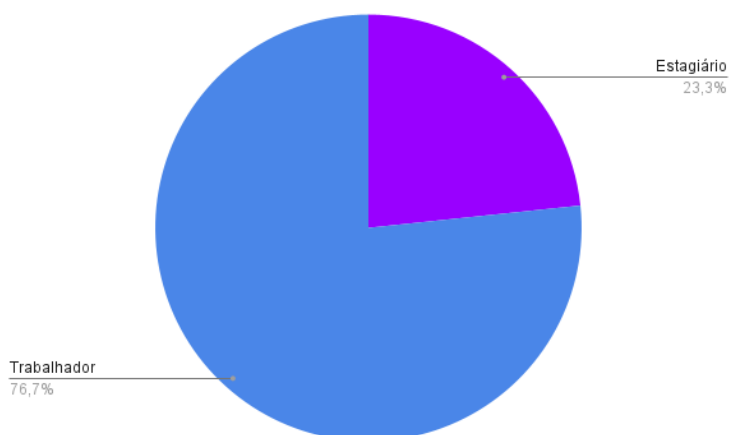


Gráfico 20\_ Gráfico correspondente à questão “Ocupação Atual na Indústria da Moda”

De seguida, as questões realizadas revelaram o ambiente profissional e como este se caracterizava, desde o tipo de empresa a que pertenciam, pública ou privada, sendo que a maioria das repostas dos inquiridos remetia para a última, com 76,7%, bem como os anos de serviço na mesma, com a mínima experiência correspondendo a menos de um ano (40%), com 5 a 10 anos (43,3%), 10 a 20 anos (13,3%) até a 20 anos ou mais de experiência (3,3%). Para aprofundar estas respostas foi ainda pedido para especificar o seu emprego ou função, obtendo respostas das mais diversas áreas dentro da indústria da moda. A questão sete procurava compreender se consideravam o seu local de trabalho um ambiente igualitário, com o maior número das repostas refletindo uma resposta negativa.

A pergunta oito pretendeu perceber se o questionado já teria ouvido a palavra sexismo, com a totalidade das repostas a ser afirmativa. De seguida foi também abordada a questão de qual a definição considerava mais apropriada para a definição do conceito e do termo da palavra anteriormente mencionada e a opção de “o sexismo refere-se ao preconceito ou discriminação baseado no género ou sexo de uma pessoa”, foi a mais escolhida. Já as perguntas dez e onze pretendiam saber se já teria sofrido ou experienciado algum tipo de preconceito ou discriminação em relação ao género ou sexo a que pertencia, e 63,3% foram repostas afirmativas, como é possível verificar na imagem (Gráfico 21). Por último, qual seria a frequência com que esta discriminação ocorreria, sendo que esta poderia ser referida como tendo ocorrido frequentemente, com 10% de percentagem; diariamente, sendo esta a minoria com 3,3%; pouco frequentemente, com 33,3%, sendo a segunda categoria mais escolhida; e raramente, com 53,3% de percentagem, correspondendo ao maior número de repostas obtidas.

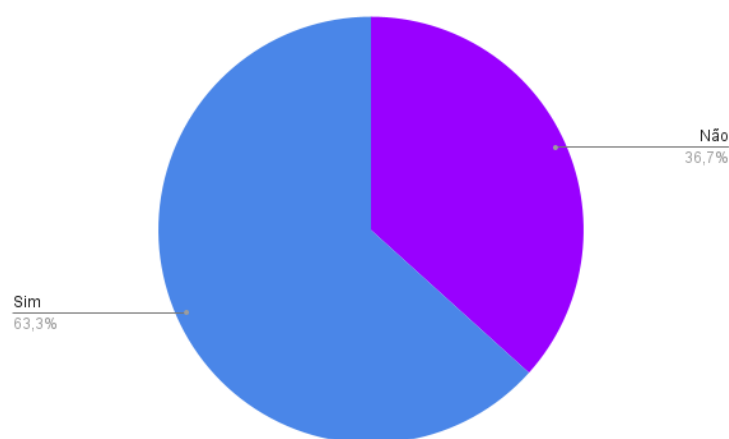


Gráfico 21\_ Gráfico correspondente à questão “Já sofreu algum preconceito ou discriminação em relação ao seu género/sexo no local de trabalho?”

Em relação aos comportamentos sexistas, no local de trabalho, foi colocada a questão para averiguar se o inquirido teria observado algum dos seus colegas sofrerem este tipo de preconceito ou discriminação no seu local de trabalho, 43,3% resultou numa resposta negativa e 56,7% corresponde a um resultado afirmativo à questão imposta.

A pergunta treze tinha como objetivo perceber a perspetiva e entendimento sobre qual seria o sexo/género que mais sofre a discriminação no mercado de trabalho, conforme é possível verificar no gráfico a seguir apresentado (Gráfico 22), com 76,7% a considerarem ser a mulher que sofre este tipo de preconceito, 20% consideram ambos, e cerca de 3,3% correspondeu apenas ao homem.

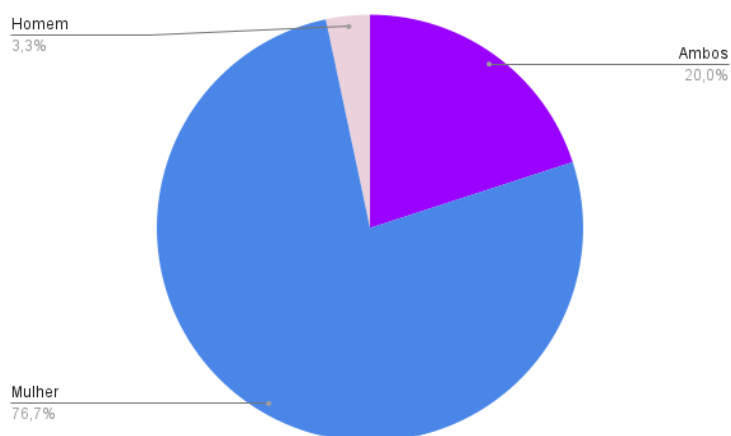


Gráfico 22\_Gráfico correspondente à questão “No seu entender qual o sexo/género que mais sofre de discriminação no mercado de trabalho?”

Na questão seguinte, foram analisados o conhecimento sobre o que significa sexismo e se ele ainda é atual e presente no mercado de trabalho na indústria da moda, a maioria corresponde a 96,7%, afirmando que sim, ainda existe, e apenas 3,3% resultou numa resposta negativa, mostrando que a maioria dos questionados considera o sexismo, um preconceito atual no mercado de trabalho, conforme é possível verificar no gráfico (Gráfico 23).

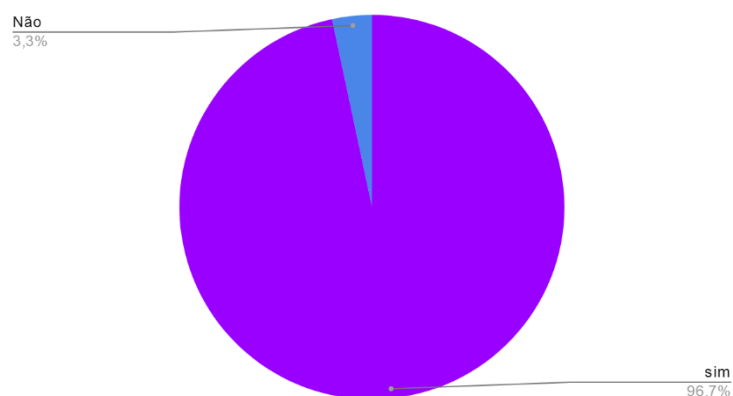


Gráfico 23\_ Gráfico correspondente à questão “Tendo em conta o seu conhecimento sobre o que significa sexismo, acredita que ainda é atual e presente no ambiente de trabalho?”

Por fim, as últimas duas questões tinham o intuito de entender e observar os fatores que poderiam influenciar e levar a este tipo de discriminação no mercado de trabalho na sociedade atual, podendo ter em conta mais do que o fator, tendo sido, por isso, fornecido um leque de opções mais diverso. Nestas questões, os interrogados tinham a possibilidade de escolher várias opções.

Tabela III \_ Resultados correspondentes à questão “No seu entender quais os fatores que mais influenciam esta realidade?”

Opção	Número de respostas	Percentagem
Desigualdade de oportunidades de emprego oferecidas	21	70%
Falta de exemplos femininos na ocupação de cargos de elevada importância	15	50%
Sociedade patriarcal (machista)	13	43,3%
Constituição familiar (desejo de maternidade)	8	26,7%
Aptidões e competências	7	23,3%

Falta de orientação e confiança para assumir este tipo de cargo de trabalho.	5	16,7%
--	---	-------

Os questionados consideram que os primeiros três fatores referidos anteriormente, são os que mais influenciam a realidade do comportamento sexista ser um comportamento atual e presente no ambiente de trabalho, como é possível verificar na Tabela III.

A última questão remeteu para as alterações que poderiam ajudar ao combate do sexismo no mercado de trabalho na indústria da moda, referindo alternativas que poderiam começar a existir para a criação de um mercado de trabalho com maior igualdade entre o homem e a mulher.

Tabela IV\_ Resultados correspondentes à questão “Que mudanças de atitude e comportamentos deveriam existir no mercado de trabalho para se poder criar um ambiente igualitário?”

Opção	Número de Respostas	Percentagem
Igualdade salarial entre a mulher e o homem seja qual for a função que desempenha, respeitando a sua formação académica e experiência profissional	24	80%
Oportunidades de emprego em que o trabalhador não seja escolhido baseado no seu sexo/género	17	56,7%
Criação e promoção de oportunidades para ocupação de cargos de liderança pela mulher	17	56,7%
Desvalorizar os preconceitos e ideias que o sexismo é uma discriminação atual que não deveria ser ignorada principalmente no mercado de trabalho	11	36,7%
Consciencializar os trabalhadores que o sexismo é uma discriminação atual que não deveria ser ignorada	9	30%

Como resultado, os indivíduos responderam que as atitudes ou comportamentos que deveriam existir para a criação de igualdade, seriam as três primeiras opções apresentadas na Tabela IV, como a igualdade salarial, a igualdade de género e sexo nas oportunidades de emprego e a criação e a promoção de oportunidades na ocupação de cargos de liderança pela mulher.

### **3.4. Análise e discussão dos resultados**

As análises dos resultados obtidos do questionário elaborado encerram o processo de investigação permitindo confirmar as teorias anteriormente referidas e debatidas ao longo da revisão teórica desta dissertação. O questionário pretendeu compreender através do ponto de vista e da experiência dos questionados, a opinião sobre a autenticidade do tema abordado.

Através das diversas respostas obtidas, foi possível recolher o pensamento sobre a temática escolhida, e perceber a sua verdadeira influência na atualidade. Com esta análise quantitativa conclui-se que a temática do sexismo ainda está bastante presente no quotidiano e na atualidade da nossa sociedade, nomeadamente no mercado de trabalho na indústria da moda. Apesar de terem existido ao longo dos séculos alterações significativas para a mulher, quando se trata da sua participação na sua ocupação profissional, tendo existido uma luta por melhores condições, ainda é de realçar que o seu local de trabalho não é considerado igualitário em comparação com o sexo oposto.

Com as respostas das primeiras perguntas realizadas, pode-se verificar uma variedade na faixa etária dos indivíduos que realizaram o questionário, havendo pessoas pertencentes a todas as idades referidas. Em relação ao sexo dos questionados, a amostra expõe uma discrepância entre o número de mulheres e homens, pois reúne um maior número de participantes mulheres, com a percentagem de 90%.

Quanto à experiência profissional adquirida, é possível verificar que a maioria dos questionados atualmente trabalha na indústria, desempenhando as mais variadas funções e cargos, desde funções com uma autoridade mais elevada como desenvolvimento de produto, cliente manager em indústria de confeção até outras ocupações como lojista, vendedora ou empregado/a fabril, com negócio próprio, todos inseridos na indústria da moda.

Foi também possível confirmar a partir das respostas da questão sete, o ambiente no local de trabalho em que os indivíduos questionados estão introduzidos profissionalmente, sendo maioritariamente considerado como um ambiente desigualitário.

Na questão seguinte, foi possível compreender o conhecimento em relação à definição que o termo sexismo possui, sendo que das duas opções possíveis a primeira foi associada ao conceito mais plausível e correto estudado anteriormente na pesquisa elaborada nesta dissertação, desenvolvido no Capítulo 2 (Sexismo na Indústria da Moda), e de acordo com a definição de Nelson (2015), sendo o sexismo caracterizado como um preconceito ou discriminação baseado no género ou sexo de uma pessoa, tendo a maioria escolhido esta opção como a mais correta, e apenas um número inferior de inqueridos considera o sexismo como um preconceito criado pela sociedade favorecendo a figura do homem em relação à mulher, sendo apenas a mulher a experienciar este tipo de discriminação, como é possível verificar no gráfico (Gráfico 24).

É possível também verificar a definição de que o sexismo, existe de diversas maneiras e que pode conceber consequências mensuráveis, constantemente oculto por atos excessivos e hostis em relação a um indivíduo maioritariamente sofrido pela mulher (Souza, 2015).

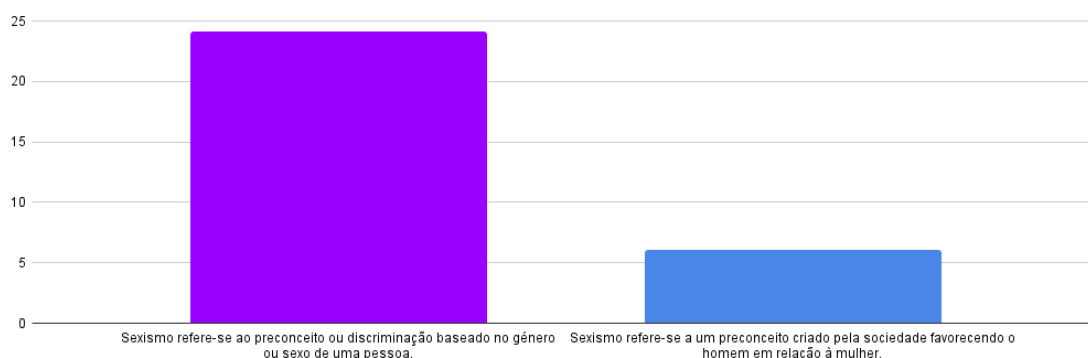


Gráfico 24\_ Gráfico correspondente à questão “Das opções seguintes, qual considera que define o que é o sexismo?”

A maior parte dos inqueridos afirma já ter sofrido ou presenciado os seus colegas de trabalho sofrerem algum tipo de preconceito ou discriminação em relação ao seu género/sexo no seu local de trabalho, com 63,3% confirmando que já teriam experienciado,

53,3% correspondendo à frequência com que esta discriminação teria acontecido, sendo raramente exercida, e 33,3% afirma que foi pouco frequente (Gráfico 25). Quanto à mesma praticada sobre os seus colegas de trabalho, a percentagem foi de 56,7% correspondendo a uma resposta afirmativa.

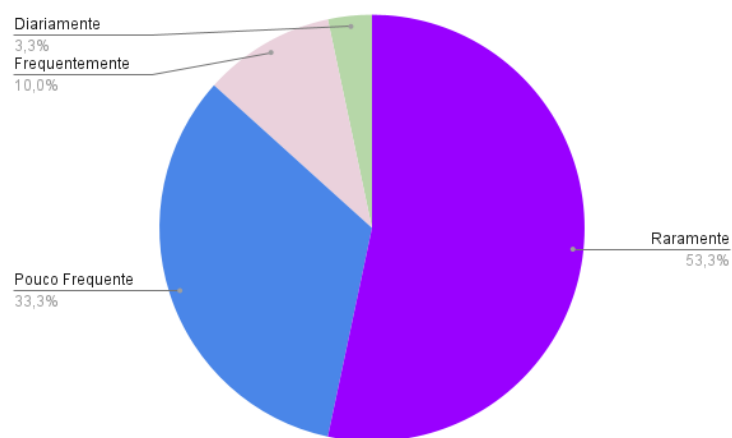


Gráfico 25\_ Gráfico correspondente à questão “Se respondeu sim qual a frequência dessa discriminação?”

Posteriormente, foi também questionado o seu conhecimento sobre a ideia de que apesar da indústria da moda ser caracterizada como maioritariamente feminina, os cargos de maior responsabilidade e com estatuto superior são maioritariamente ocupados por homens, comprovando que é uma realidade do mercado de trabalho na atualidade, e de conhecimento dos questionados com experiência profissional na área da moda. Considerada por Pike (2016), como uma conceção sarcástica existente numa indústria dominada desproporcionalmente pela figura do homem, onde os cargos e funções mais elevadas são ocupados por homens.

Com este questionário tornou-se também possível averiguar e concluir quais os fatores que poderiam contribuir para esta realidade e quais os que mais contribuiriam para este resultado, sendo os mais referidos a desigualdade de oportunidades de emprego oferecidas, com uma percentagem de 70%, a falta de exemplos femininos na ocupação de

cargos de elevada importância (Direção criativa, CEO de uma marca ou empresa) com 50% e a última sendo a sociedade patriarcal machista, com 43,3%, considerada com um dos elementos que pode contribuir para esta desigualdade nas posições de exercício de poder.

Estes fatores permitiram ter uma melhor compreensão sobre as perspetivas abordadas no capítulo 1 (Papel e construção Social da mulher ao longo dos anos), particularmente, as da realidade do mercado de trabalho português, marcado pela desigualdade do nível de escolaridade, apesar de atualmente a mulher deter um grau de escolaridade igual ou superior ao dos seus colegas que trabalham na mesma área ou empresa, continua a ser prejudicada com a falta de reconhecimento pelas suas capacidades, pela falta de oportunidades (Reis, 2021), e pelos baixos salários, presentes em profissões que solicitam poucas qualificações ou que são vistas como indiferenciadas (Casaca, 2013).

Por fim, foi abordada a questão da promoção de igualdade e de que alterações deveriam ser postas em prática para atingir as mesmas condições de igualdade no mercado de trabalho para ambos os sexos.

Deste modo constataram-se, ainda, a mudança de atitude e os comportamentos que deveriam existir no mercado de trabalho para a criação de um ambiente igualitário e sem diferenciação baseada no sexo da pessoa, 70% dos questionados acredita que deveria existir igualdade salarial entre mulheres e homens seja qual for a função que desempenha, respeitando a sua formação académica e experiência profissional, as oportunidades de emprego deveriam ser propostas sem que o trabalhador não seja escolhido com base no seu sexo /género, com 56,7%, e por último com a mesma percentagem deveria ser a criação e promoção de oportunidades para o exercício de cargos de liderança pela mulher, de forma a criar mais oportunidades, aspiração e encorajamento para a mulher assumir uma posição mais elevada no seu local de trabalho.

As respostas dos questionados confirmam as ideias apresentadas na criação da Agenda 2030 (ONU, 2018) e desenvolvidas pela Ppdm (Unric, 2016), com um dos seus objetivos principais ser a igualdade de género através da promoção da eliminação de todas as formas de discriminação e formas de violência contra todas as mulheres e meninas nas esferas pública e privada, a participação efetiva e plena das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de decisão desde na vida política, económica e pública, a adoção e fortalecimento de políticas sólidas e da legislação aplicável para a promoção da igualdade de género e o empoderamento de todas as mulheres e meninas em todos os níveis e por fim, a promoção dos direitos humanos das mulheres e a criação de instrumentos para a exposição dos mesmos.



## Conclusões

A presente dissertação apresenta uma visão crítica sobre a evolução histórica, social, política e religiosa da mulher em diversos períodos da sociedade, assim como a evolução da conceção do papel que lhe foi atribuído.

Nesta última parte, dá-se o encerramento da investigação teórica, bem como da análise e discussão dos resultados obtidos na parte metodológica. Os resultados obtidos visam consolidar a investigação realizada na primeira parte teórica, e ao mesmo tempo, responder às perguntas inicialmente apresentadas, recorrendo às pesquisas e aos dados recolhidos após a discussão e análise dos mesmos. Por fim, serão apresentadas as limitações de estudo e algumas recomendações para investigações futuras.

Os objetivos da investigação formulados anteriormente, tinham como ponto de partida a conceção da realidade de desigualdade e discriminação existente no mercado de trabalho, em particular na indústria da moda. Com a criação de quatro módulos anteriormente mencionados como o sexo e género, a relação de mulher e sociedade, sexismo e *objetificação*, e por último, feminismo e emancipação, foi possível, perceber quais os fatores e as situações que contribuíam para a existência desta desigualdade, em comparação com a realidade vivida pelo homem.

Todavia, através destes módulos, foram formulados diversos pontos que deveriam ser desenvolvidos durante a parte teórica, como a visão existente da mulher por parte da sociedade em que estava inserida, de que forma o feminismo e a emancipação impactou a evolução da figura da mulher, o que difere o comportamento sexista e a *objetificação*, e identificar quais são as disparidades que a mulher sofre no mercado de trabalho, particularmente, no design de moda.

A partir das questões de partida elaboradas, conseguiu-se compreender a visão da mulher na sociedade ao longo da história, definida como uma figura complementar ao homem (Magalhães, 1980), e considerada, muitas vezes, um objeto ou propriedade (Tomás, 2016). Posteriormente, foi possível perceber o impacto que o feminismo e a emancipação feminina teve na figura da mulher até à atualidade, com a luta pelos seus direitos e por melhores condições de vida.

Outra das questões de partida e um dos objetivos cumprido, foi a diferença entre o sexismo e a objetificação. Com a investigação anteriormente realizada, foi possível compreender a diferença existente entre os dois conceitos, sendo a *objetificação*, definida

como a visão de uma pessoa como um instrumento a ser utilizado por desígnios sexuais (Kellie, Blake & Brooks, 2019), e o sexismo, um comportamento especificamente relacionado aos conceitos e estereótipos de género (Pinto, 2018).

No tema do sexismo, percebeu-se ainda como este tipo de comportamento é realizado de forma subtil, definido como um tratamento marcado pela desigualdade e pela injustiça, pois é visto como uma forma não reconhecida de prejudicar a mulher, mas é compreendido, como uma normalidade (Swim, Mallett & Strange, 2004). Com as respostas do questionário, compreendeu-se que este conceito é atual e bastante reconhecido, sendo a totalidade das respostas obtidas sobre o conhecimento deste conceito, afirmativa.

Outra das conclusões a que se pode chegar com esta investigação, foi a perceção de que estes atos de discriminação são mais cometidos e dirigidos às mulheres, por causa da conceção ligada aos estereótipos de sexo e género, vistos como uma responsabilidade da mulher, como no caso das tarefas domésticas e da educação e cuidado das crianças (Nelson, 2015). Foi ainda verificado, recorrendo à análise quantitativa dos dados obtidos no questionário, que a mulher é a mais mencionada e associada ao sofrimento com este tipo de discriminação.

O último objetivo consolidado foi a compreensão da disparidade presente no mercado de trabalho atual, onde o homem é mais favorecido que a mulher nas oportunidades de emprego e carreira profissional, apesar de possuírem as mesmas qualificações, como a formação académica e a experiência profissional (Jesus & Ponte, 2018). Esta disparidade pode ser confirmada com os dados da Eurostat, onde a percentagem em Portugal no ano de 2017, correspondia a 16,3%, um valor superior ao valor da média existente na União Europeia que rondava os 16%. Outro dos dados oficiais, aponta a diminuição da diferença salarial, sendo a renumeração mensal correspondente a 14,93%, e o ganho médio mensal, a 18,26% (CITE, 2019).

Por fim, conclui-se que a indústria da moda é uma área profissional fortemente marcada pela desigualdade de género, sendo o design de moda, uma das profissões onde ocorre esta distinção. A profissão anteriormente referida, é sempre relacionada com a idealização da definição de uma carreira associada e ocupada pela mulher, pois os estudantes e designers que constituem a maioria deste curso e profissão, são mulheres (Pike, 2016). A disparidade nesta indústria está presente não no design de moda como noutras profissões associadas, desde o setor das confeções (Iglesias, Haverhals & Wée, 2021), nas funções mais elevadas e com maior responsabilidade, onde o homem é mais propenso a ocupar cargos mais bem remunerados (Strokes, 2015), até ao exemplo das

passarelas, com apenas 14% das marcas de moda a serem lideradas por mulheres (Pike, 2016).

Para finalizar a presente dissertação, com as respostas às perguntas de partida e aos dados obtidos através da realização do questionário, pode ser constatado que a discrepância existente entre o homem e a mulher é muitas vezes atribuída a percepções culturais e sociais, sendo estas as que mais contribuem para a continuação do sexismo, particularmente para as mulheres, que convivem com este preconceito diariamente no seu local de trabalho.

## **Limitações de Estudo e Investigações futuras**

Ao longo da realização desta dissertação foram encontradas algumas limitações a nível da revisão da literatura e da bibliografia, com poucos artigos científicos e ensaios teóricos sobre o tema principal abordado, o sexismo.

Outro dos obstáculos encontrados foi a falta de estudos ou investigações com dados estatísticos sobre este tema, o número reduzido de estudos impossibilitou a realização de uma pesquisa com um carácter mais detalhado e com informações mais pormenorizadas. Na parte da realização do questionário, constatou-se algumas limitações no número de respostas na altura que foi realizado, devido à situação de pandemia.

Pode concluir-se que a grande limitação presente ao longo da investigação foi na parte bibliográfica com a restrição de informações particularmente sobre o comportamento sexista presente na Indústria da Moda.

O estudo desenvolvido nesta dissertação suportado pelos resultados quantitativos, revelaram que apesar de ser considerado um tema atual, presente ainda no pensamento da sociedade, não é muitas vezes identificado, o que é alarmante, tendo em conta a forma como este ainda tem um impacto notório na vida profissional na indústria da moda. A mulher é talvez a que mais experiencia este tipo de preconceito existente sem ter perceção do mesmo, considerado como um ato normalizado sem consequência para aqueles que o exercem.

Para perspetivas futuras propõe-se uma análise mais aprofundada sobre o impacto do sexismo presente nos locais de trabalho, nomeadamente em diferentes hierarquias e posições de poder na mesma empresa com diferentes cargos exercidos, mostrando qual o impacto na realidade desse ambiente, através de diferentes perspetivas sobre o assunto, sendo considerado um tema pertinente para uma melhoria significativa da igualdade de sexos no respetivo local de exercício da profissão.



## Referências Bibliográficas

- Akdemir, N. (2018). Deconstruction of Gender Stereotypes Through Fashion. *European Journal of Social Science Education and Research*, 5(2), 185. <https://doi.org/10.26417/ejser.v5i2.p185-190>
- Almeida, J. (1998). Mulher e Educação: a Paixão pelo Possível. In *Editora UNESP*.
- Aloğlu, E. (2018). *The Status of the Women in the Roman Society*. Philipps Marburg University 1–12.
- Alvarenga, E. (2012). Metodologia da investigação quantitativa e qualitativa. In *Gradiva Publicações*.
- Alves, B. M., & Pitanguy, J. (1991). O que é feminismo. In *Coleção Primeiros Passos* (pp. 1–77).
- Andrade, V. (1999). *Sexo e Género: A Mulher e o Feminino na Criminologia e no Sistema de Justiça Criminal*. 1–3.
- Araújo, H. (2010). *A Igualdade de Mulheres e Homens no Trabalho e no Emprego em Portugal: Políticas e Circunstâncias*.
- Balthazar, G. (2011). *O Feminismo e a Igualdade de Género no Antigo Egito: Uma Utopia da Emancipação Feminina*. 1–17.
- Bandeira, L., & Melo, H. (2010). *Tempos e Memórias: Movimento Feminista no Brasil*. 1–67.
- Bergano, S. (2012). *Ser e Tornar-se Mulher : Geração , Educação e Identidades ( s ) Feminina ( s )*. (Tese de Doutoramento). Universidade de Coimbra.
- Bragança, C., & Guedes, O. (2010). As conquistas do movimento feminista como expressão do protagonismo social das mulheres. *Anais Do I Simpósio Sobre Estudos de Género e Políticas Públicas*, 1–10. <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/1.ClaudiaBraganca.pdf>
- Butler, J. (2011) Atos performativos e constituição de género. Um ensaio sobre fenomenologia e teoria feminista. In: *Macedo, A. G, Rayner, F (Org.). Género, cultura visual e performance. Antologia crítica*. Universidade do Minho
- Cardoso, A. S. (2019). *O sexismo na publicidade: Perceção do consumidor e influência na decisão de compra*. (Tese de Mestrado).Universidade do Minho
- Carvalho, M. (2019). *As campanhas de Moda mais controversas de sempre*. Visitado 8 de Junho de 2021, de Máxima website: <https://www.maxima.pt/moda/tendencias/detalhe/as-campanhas-de-moda-mais->

controversas-de-sempre

- Casaca, S. F. (2013). As novas dinâmicas laborais e os desafios da articulação com a vida familiar. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 72, 31–52. <https://doi.org/10.7458/SPP2012722617>
- Cavalcanti, V. (2005). Mulheres em Ação: Revoluções, Protagonismo e Práxis Dos Séculos XIX e XX. *Proj. História São Paulo*, 30(1), 243–264.
- Cig. (2017). *Estudo revela sexismo nas universidades portuguesas*. Obtdio 5 de Maio de 2021, de CIG website: <https://www.cig.gov.pt/2017/07/estudo-revela-sexismo-nas-universidades-portuguesas/>
- Cig. (2020). *OIT analisa igualdade entre homens e mulheres no mundo do trabalho*. Obtdio 27 de Abril de 2021, de CIG website: <https://www.cig.gov.pt/2020/01/oit-analisa-igualdade-homens-mulheres-no-mundo-do-trabalho/>
- CITE. (2019). A igualdade entre mulheres e homens no mercado de trabalho. *Flash*, 1–18. <http://cite.gov.pt/pt/destaques/noticia879.html>
- Coimbra, A. L., Almeida, L., Alves, M., & Alves, P. (2007). A imagem da mulher na Sociedade e na política. *IX Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação Da Região Nordeste*, 1–13.
- Colella, R. (2015). *A imagem da Mulher nas Revistas de Moda : o caso da Vogue*. (Relatório de Estágio). Universidade de Coimbra.
- Corações com Coroa. (n.d.). *Quem somos*. Visitado 14 de Maio de 2021, de Corações com Coroa website: <https://www.coracoescomcoroa.org/>
- Council of Europe. (2019). *Recommendation CM/Rec(2019), preventing and combating sexism*.
- Cruz, V. (2013). Feminino: a construção histórica do papel social da mulher. *Anais do XXVII Simpósio Nacional de História*, 1(4), 14.
- Cullen, N. (2020). *10 famous suffragettes (and suffragists) who risked everything for equality*. Visitado 8 de Junho de 20121, de Find My Past website: <https://www.findmypast.co.uk/blog/history/famous-suffragettes>
- Devreux, A.-M. (2005). *A Teoria das Relações Sociais de Sexo: um quadro de análise sobre a dominação masculina*. 20(3), 541–560.
- Fancello, M. (2019). *A mulher ao longo dos séculos*. Visitado 14 de Maio de 2020, de Medium Website: <https://medium.com/@marinafancello/a-mulher-ao-longo-dos-s%C3%A9culos-uma-an%C3%A1lise-cronol%C3%B3gica-da-beleza-dignidade-e-status-da-mulher-c98936c73459>

- Faria, N. (2019). *A sociedade será igualitária “quando tivermos mulheres incompetentes como CEO de empresas”*. Visitado 3 de Abril de 2021, de Público website: <https://www.publico.pt/2019/03/08/sociedade/noticia/sociedade-sera-igualitaria-mulheres-altamente-incompetentes-ceo-empresas-1864168>
- Fernandes, F. (2020). *Mulheres duplamente penalizadas com a crise*. Visitado 16 de Maio de 2020, de Expresso website: <https://expresso.pt/iniciativaseprodutos/projetos-expresso/2020-12-21-Mulheres-duplamente-penalizadas-com-a-crise>
- Ferreira, M. (2015). *Sufragistas: foi contra estes 25 cartazes que elas lutaram*. Visitado 8 de Junho de 2021, de Observador website: <https://observador.pt/2015/12/23/sufragistas-25-cartazes-elas-lutaram-nao-mexer/>
- Ferreira, M. C. (2004). *Sexismo hostil e benevolente: inter-relações e diferenças de género. Temas Psicol. (Online), 12(21), 119–126.*
- Filho, M., Neves, N., & Filho, R. (2011). *Mulher na Antiguidade Clássica: Sua Importância nas Esferas Jurídico-Social das Cidades-Estado de Atenas e Esparta*. 1–10.
- Freitas, E. (2014). *O século das mulheres*. in *GV-executivo*, 5 (July), 6. <https://doi.org/10.12660/gvexec.v5n2.2006.34343>
- Giddens, A. (2001). *Sociologia*. In *Cultura e Sociedade*. <https://doi.org/10.22533/at.ed.010201402>
- Gitahy, R., & Matos, M. (2007). *A Evolução dos Direitos da Mulher*. *Colloquium Humanarum*, 04(1), 74–89. <https://doi.org/10.5747/ch.2007.v04.n1/h037>
- Guglielmo, G. (2006). *A mulher no mercado de trabalho: desigualdades salariais*. *Anuário da Produção de Iniciação Científica Discente*, 111–117.
- Gunn, A. V. (2012). *Sandby, Greville and Burdett, and the “Secret” of Aquatint*. *Print Quarterly*, 29(2), 178–180.
- Guterres, A. (s.d.). *A (des)igualdade de género e o (des)equilíbrio de poder*. Visitado 25 de Abril de 2021, de Nações Unidas website: <https://unric.org/pt/a-desigualdade-de-genero-e-o-desequilibrio-de-poder/>
- Guterres, A. (2020). *Covid-19: ameaças aos direitos das mulheres prejudicam-nos a todos*. Obtido 2 de Maio de 2021, de Nações Unidas website: <https://unric.org/pt/covid-19-ameacas-aos-direitos-das-mulheres-prejudicam-nos-a-todos/>
- Haddad, M. I., & Haddad, R. (2019). *Sexualidade e relações de Género*. In *Sexualidade e relações de Género*. <https://doi.org/10.22533/at.ed.476191601>
- Henrique, R., & Nogueira, P. (2017). *Revista de Género, Sexualidade e Direito*. 31, 22–42.

- Hill, M., & Hill, A. (2000). Investigação por Questionário. In *Edições Sílabo*
- Holla, S. M. (2018). Aesthetic objects on display: The objectification of fashion models as a situated practice. *Feminist Theory*, 19(3), 251–268. <https://doi.org/10.1177/1464700117734730>
- Iglesias, T., Haverhals, E., & Wée, T. (2021). *The fashion industry needs to break with its gender and women's rights problems*. Visitado 27 de Abril de 2021, de Fashion Revolution website: <https://www.fashionrevolution.org/the-fashion-industry-needs-to-break-with-its-gender-and-womens-rights-problems/>
- INE. (2021). *População residente (N.º) por Sexo, Grupo etário e Naturalidade*
- Jesus, M. (2018). *Discriminação no mercado de trabalho Ciências Económicas e Empresariais*. (Tese de Mestrado). Universidade dos Açores
- Júnior, J., Plácido, L. & Cordeiro, S. (2019). Feminismo em Cena: Análise da representação das ondas feministas em documentários. *Revista Livre de Cinema*, 6(3), 129–147.
- Keegan, P. M. (2013). Women, Roman. *The Encyclopedia of Ancient History*, 1–5. <https://doi.org/10.1002/9781444338386.wbeah18141>
- Kellie, D., Blake, K., & Brooks, R. (2019). What drives female objectification? An investigation of appearance-based interpersonal perceptions and the objectification of women. *PLoS ONE*, 14(8), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221388>
- Khurana, L. (2020). *Subtle sexism: An overlooked problem of gender inequality at workplace*. Visitado 5 de Maio de 2021, de LinkedIn Website: <https://www.linkedin.com/pulse/subtle-sexism-overlooked-problem-gender-inequality-latika-khurana?articleId=6656576397101883393>
- Maders, A. M., & Angelin, R. (2012). Os Movimentos Feminista e de Mulheres frente aos conflitos de género no Brasil. *Prisma Juridico*, 11(1), 13–31. <https://doi.org/10.5585/prismaj.v11v1.3117>
- Magalhães, T. (1980). O papel da mulher na sociedade. *Revista Da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo*, 75(0), 123. <https://doi.org/10.11606/issn.2318-8235.v75i0p123-134>
- Maleigha M. (2018). *Sexism in Colors – Why is Pink for Girls and Blue for Boys?*. Visitado 17 de Maio de 2021, de UMKC-University of Missouri-Kansas City website: <https://info.umkc.edu/womenc/2018/06/25/8369/>
- Martini, M. T., & Souza, F. (2016). *Mulher do Século XXI: Conquistas e Desafios Do Lar ao Lar*. 1–14.
- Martins, A. (2013). O corpo feminino na Idade Média: um lugar de tentações. *O Corpo-*

- Memória e Identidade, January*, 103–116.
- Mongelós, R., Neves, M., Ribeiro, R., & Acácio, C. (2011). *A Condição da Mulher no Império Romano: Noções Jurídicas e Sociais*. 1–7.
- Mota-Ribeiro, S.<sup>1</sup> (2000). ‘Ser Eva e dever ser Maria: paradigmas do feminino no Cristianismo. *IV Congresso Português de Sociologia, Universidade de Coimbra*, 1–25.
- Mota-Ribeiro, S.<sup>2</sup> (2005). *Retratos de mulher : construções sociais e representações visuais do feminino*.
- Nations, United. (2003). *The Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women and its Optional Protocol Handbook for Parliamentarians*. 125.
- Nations, United. (2014). *Gender Stereotypes and Stereotyping and Women’s Rights*. 1–2.  
<https://doi.org/10.1007/s00064-005-1126-2>
- Nelson, T. D. (2015). *Handbook of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination*. (2<sup>o</sup>ed.). Nova Iorque: Psychology Press
- Nogueira, C. (2004). *A Feminização no Mundo do Trabalho: Entre a Emancipação e a Precarização*. 1–7.
- Nogueira, C. (2001). Feminismo e discurso do género na psicologia social. *Psicologia & Sociedade: Revista da Associação Brasileira de Psicologia Social*, 1–28.
- Oliveira, S. (2009). *A Mulher do Renascimento Inglês Segundo a Escolástica e a Tradição Medieval*. (Tese de Mestrado). Universidade Aberta
- ONU. (2018). Guia sobre Desenvolvimento Sustentável: 17 objetivos para transformar o nosso mundo. *Centro de Informação Regional Das Nações Unidas Para a Europa Ocidental*, 1–38.
- Pavlou, C. (2021). *Gender inequality in the workplace: A lack of women in leadership*. Visitado 2 de Maio de 2021, de Workable website: <https://resources.workable.com/stories-and-insights/gender-inequality-in-the-workplace>
- Pereira, R., Santos, D., & Borges, W. (2005). *A Mulher No Mercado De Trabalho*. 1–8.
- Perraudin, F. (2018). *Suffragette’s account of force-feeding goes on museum display*. Visitado 8 de Junho de 2021, de The Guardian website: <https://www.theguardian.com/politics/2018/nov/22/suffragettes-account-of-force-feeding-manchester-peoples-history-museum>
- Pike, H. (2016). *Female Fashion Designers Are Still in the Minority*. Visitado 26 de Abril de 2021, de Business of Fashion website: <https://www.businessoffashion.com/articles/fashion-week/less-female-fashion->

designers-more-male-designers

- Pinho, L. (2002). A Mulher no Direito Romano: Noções Históricas Acerca de seu Papel na Constituição da Entidade Familiar. *Revista Jurídica Cesumar*, 2(1), 269–291. <https://doi.org/10.17765/2176-9184.2002v2n1p269-291>
- Pinto, A. S. (2018). “O azul é cor de meninos e o cor-de-rosa é cor de meninas”: a igualdade de género em idades pré-escolares. (Tese de Mestrado). Universidade do Porto.
- Porto, R. (2017). *Azul para os meninos e cor-de-rosa para as meninas? Nem sempre foi assim*. Visitado 17 de Maio de 2021, de Observador website: <https://observador.pt/especiais/azul-para-os-meninos-e-cor-de-rosa-para-as-meninas-nem-sempre-foi-assim/>
- Portugal, L. M. (2014). *The Education of Women: An Historical To Present Day Analysis*, 1–21.
- Prá, J., & Epping, L. (2012). Cidadania e feminismo no reconhecimento dos direitos humanos das mulheres. *Revista Estudos Feministas*, 20(1), 32–51. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2012000100003>
- Praun, A. (2011). Sexualidade, Género e Suas Relações de Poder. *Revista Húmus*, 1, 55–65. <http://gurupi.ufma.br/index.php/revistahumus/article/view/1641>
- Probst, E. R. (2007). *A evolução da mulher no mercado de trabalho*. 1–8. [http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/artigo\\_jan\\_gen\\_a\\_evolucao\\_da\\_mulher\\_no\\_mercado\\_de\\_trabalho.pdf](http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/artigo_jan_gen_a_evolucao_da_mulher_no_mercado_de_trabalho.pdf)
- Quivy, R., & Compenhoudt, L. (1995). Manual de Investigação em Ciências Sociais. In *Gradiva Publicações*.
- Rabelo, A. (2010). Contribuições dos Estudos de Género às Investigações que enfocam a Masculinidade. *Ex Aequo*, 161–176.
- Rebelo, A. R. (2020). *Dos salários de topo à desigualdade de género. O retrato da tecnologia em Portugal*. Visitado 23 de Fevereiro de 2021, de Human Resources Sapo Website: <https://hrportugal.sapo.pt/desigualdade-genero-tecnologia/>
- Reis, C. (2021). *O retrato do trabalho feminino em Portugal em 2021*. Visitado 16 de Maio de 2021, de Ekonomista website: <https://www.e-konomista.pt/trabalho-feminino/>
- Rezende, D. (2017). Mulher no Poder e na Tomada de Decisões. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10>

- 005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P
- Rodrigues, P., Milani, D., Castro, L., & Celeste Filho, M. (2015). O Trabalho Feminino durante a Revolução Industrial.
- Rodrigues, V. (2007). *A importância da mulher*. 1–28.
- Santos, J. A. (2012). *Gênero na Teoria Social: Papéis, interações e instituições*. Universidade Federal de Juiz de Fora.
- Schooley, S. (2019). *Facing the Gender Gap in the Workplace*. Visitado 27 de Abril de 2021, de Business News Daily Website: <https://www.businessnewsdaily.com/4178-gender-gap-workplace.html>
- Scott, J. (1995). Gênero: Uma Categoria Útil Para Análise Histórica. *Educação & Realidade*, 1–35. <https://doi.org/10.1073/pnas.0703993104>
- Silva, A. D. (2015). *Ser homem, ser mulher: as reflexões acerca do entendimento de gênero*. São Paulo: Editora UNESP
- Silva, S. (2010). Prejudice and discrimination: the bases of violence against women. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 30(3), 556–571. <https://doi.org/10.1590/S1414-98932010000300009>
- Silva, K., Oracio, E., & Martins, M. (2016). *O Glamour da Objetificação*. 1–14.
- Sousa, I. (2004). A Mulher na Idade Média: a metamorfose de um status. *Revista Da FARN*, 3, 159–173.
- Sousa, K., Saraiva, L., & Fernandes, S. (2012). Breve Análise Da Discriminação Contra a Mulher Sob Um Enfoque Sociantropológico. *Revista Direito e Dialogicidade*, 3, 1–13.
- Souza, G. L. (2015). *Um Estudo Crítico do Sexismo: Modelos Mentais em Notícias sobre Violência contra a Mulher*. (Tese de Mestrado). Universidade Federal do Espírito Santo
- Stokes, A. (2015). The Glass Runway: How Gender and Sexuality Shape the Spotlight in Fashion Design. *Gender and Society*, 29(2), 219–243. <https://doi.org/10.1177/0891243214563327>
- Stovel, L. (2019). *The Sexual Objectification of Women in the Media*. Visitado 8 de Junho de 2021, de Medium website: <https://medium.com/@latoiastovel16/the-sexual-objectification-of-women-in-the-media-225f7e8f465e>
- Swim, J. K., Mallett, R., & Stangor, C. (2004). Understanding Subtle Sexism: Detection and Use of Sexist Language. *Sex Roles*, 51(3/4), 116–128. <https://doi.org/10.1023/B>

- Taub, A. (2020). *Pandemic Will 'Take Our Women 10 Years Back' in the Workplace*. Visitado 5 de Fevereiro de 2021, de The New York Times website: <https://www.nytimes.com/2020/09/26/world/covid-women-childcare-equality.html>
- Tavares, M. (2008). *Feminismos em Portugal (1947-2007)*. (Tese de Doutoramento). Universidade Aberta
- Tedeschi, L. A. (2012). *As mulheres e a História: Uma Introdução Teórica Metodológica*. In Editora UFGD. Gráfica e Editora Pallotti.
- Teixeira, C. M. (2009). *As Mulheres no Mundo do Trabalho: Ação das Mulheres, no Setor Fabril, para a Ocupação e Democratização dos Espaços Público e Privado*. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 25(2), 237–244. [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=SO102-37722009000200012&lang=pt%0Ahttp://www.scielo.br/pdf/ptp/v25n2/a12v25n2.pdf](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=SO102-37722009000200012&lang=pt%0Ahttp://www.scielo.br/pdf/ptp/v25n2/a12v25n2.pdf)
- Teixeira, J., & Fagundes, M. (2014). *A Construção Social da Mulher na Atualidade: Valores, Sexualidade e Autoestima. Os Desafios Da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE., I, 1–19*. [http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes\\_pde/2014/2014\\_unioeste\\_geo\\_artigo\\_fabiana\\_martins\\_martin.pdf](http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2014/2014_unioeste_geo_artigo_fabiana_martins_martin.pdf)
- Tomás, A. E. (2016). *A violência contra a mulher: Um estudo de caso nas cidades de Maxixe e de Nampula*. (Tese de Doutoramento). Universidade do Porto
- Torggrimson, B., & Minson, C. (2005). *Sex and gender: What is the difference?* *Journal of Applied Physiology*, 99(3), 785–787. <https://doi.org/10.1152/jappphysiol.00376.2005>
- Umar. (n.d.). *Encontros em Igualdade de Género*. Visitado 14 de Maio de 2021, de Umar website: <http://www.umarfeminismos.org/index.php/encontros-em-igualdade>
- Unric. (2016). *Plataforma Portuguesa para os Direitos das Mulheres discute igualdade de género na 60ª Sessão da Comissão do Estatuto das Mulheres*. Visitado 13 de Abril de 2021, de Unric Website: <https://unric.org/pt/plataforma-portuguesa-para-os-direitos-das-mulheres-levou-propostas-a-600-sessao-da-comissao-do-estatuto-das-mulheres/>
- Vermelha, C. (s.d.). *Promoção da igualdade de Género*. Visitado 20 de Abril de 2020, de Cruz Vermelha Portuguesa website: <https://www.cruzvermelha.pt/apoio-social/grupos-vulner%C3%A1veis/promo%C3%A7%C3%A3o-da-igualdade-de-g%C3%A9nero.html>

WEF. (2017). The Global Gender Gap Report 2017. In *World Economic Forum* (Vol. 25).  
<http://www3.weforum.org/docs/GGGR2015/cover.pdf>

Zimmerman, A., & Dahlberg, J. (2008). The sexual objectification of women in advertising: A contemporary cultural perspective. *Journal of Advertising Research*, 48(1).  
<https://doi.org/10.2501/S0021849908080094>

Zubaviciute, I. (2021). A Gender Gap: Why Do Men Still Rule the (Fashion) World?. Obtido 27 de Abril de 2021, de Not Just a Label Website:  
<https://www.notjustalabel.com/editorial/gender-gap-why-do-men-still-rule-fashion-world>

## **Anexo I**

### Questionário

O meu nome é Ângela Marques e o presente questionário faz parte do estudo que está a ser realizado para a minha tese final de mestrado em Design de Moda, da Universidade da Beira Interior.

A presente investigação tem como objetivo perceber o quanto a mulher que trabalha na área da moda está sujeita a sofrer com preconceitos, especificamente o caso do sexismo no seu ambiente de trabalho. Ao longo deste questionário, encontrará perguntas sobre o tema abordado de forma a que se conseguia perceber, quanto este preconceito está presente nos dias de hoje. Os resultados obtidos serão utilizados para fins académicos.

O questionário é anónimo, assim todas as respostas serão confidenciais. As questões são breves e simples, e a sua contribuição e sinceridade serão essenciais para conseguir encontrar o resultado de estudo preciso.

Grata pela sua colaboração,

Estudante: Ângela Margarida Do Coito Marques

angelam.marques@hotmail.com

Orientador: Professor Doutor Cláudia Isabel de Sousa Pinheiro

1.Idade:

X 18-25

X 26-40

X 41-60

X 61-67

2. Sexo

Mulher

Homem

3. Habilitações Literárias

6º ano ou equivalente

9º ano ou equivalente Ensino Secundário

Pós-Secundário ou Ensino Superior

4. Experiência na área da Moda

Estagiário na Indústria da Moda

Trabalhador na área da Moda

a) Caso tenha selecionado algum dos anteriores, por favor especifique qual é o seu emprego/função

5. Tipo de empresa que o inquirido trabalha

Empresa pública

Empresa privada

6. Anos de Serviço na Empresa

5 a 10 anos

10- 20 anos

20 ou mais

7. Considera existir na sua empresa um ambiente igualitário?

Sim

Não

8. Já ouviu falar da palavra sexismo?

Sim

Não

9. Das opções seguintes, qual considera que define o que é o sexismo?

a) Sexismo refere-se ao preconceito ou discriminação baseado no género ou sexo de uma pessoa.

b) Sexismo refere-se a um preconceito criado pela sociedade favorecendo o homem em relação à mulher.

10. Já sofreu algum preconceito em relação ao seu género/sexo no seu local de trabalho?

Sim

Não

11. Se respondeu sim qual a frequência dessa discriminação?

Frequentemente

Diariamente

Pouco Frequente

Raramente

12. Alguma vez observou que algum dos seus colegas de trabalho, tenha sofrido este tipo de preconceito ou algum ato discriminatório?

Sim

Não

13. No seu entender qual o sexo/género que mais sofre de discriminação no mercado de trabalho?

Homem

Mulher

Ambos

14. Tendo em conta o seu conhecimento sobre o que significa sexismo, acredita que ainda é atual e presente no ambiente de trabalho (Indústria da Moda)?

Sim

Não

15. Tinha conhecimento de que a indústria da moda sendo caracterizada como maioritariamente feminina, os cargos de trabalho nos postos mais altos são maioritariamente ocupados pelo homem?

Sim, tinha conhecimento

Não, não tinha conhecimento

16. No seu entender quais os fatores que mais influenciam esta realidade? (pode ser escolhido mais do que um fator)

Aptidões e competências.

Constituição familiar (Desejo de maternidade).

Falta de exemplos femininos na ocupação de cargos de elevada importância (Direção Criativa, Ceo de uma marca ou empresa).

Falta de orientação e confiança para assumir este tipo de cargo de trabalho.

Desigualdade de oportunidades de emprego oferecidas.

Sociedade Patriarcal (machista).

17. Que mudanças de atitude e comportamentos deveriam existir no mercado de trabalho para se poder criar um ambiente igualitário?

Oportunidades de emprego em que o trabalhador não seja escolhido baseado no seu sexo / género.

Consciencializar os trabalhadores que o sexismo é uma discriminação atual que não deveria ser ignorada principalmente no mercado de trabalho.

Desvalorizar os preconceitos e as ideias pré-concebidas em relação à figura da mulher não se dedicar tanto ao seu posto de trabalho apenas por querer construir uma família.

Igualdade salarial entre a mulher e o homem seja qual for a função que desempenha, respeitando a sua formação académica e experiência profissional.

X Criação e promoção de oportunidades para ocupação de cargos de liderança pela mulher.